Annie Ernaux

Mira las luces, amor mío

Durante un año, Annie Ernaux llevó un diario de sus visitas al hipermercado Alcampo del centro comercial de Les Trois-Fontaines, en la región parisina. En él, anotó sus observaciones, esforzándose por dirigir una mirada nueva, por captar lo imperceptible. «Ver para escribir, es ver de otra manera», afirma. A ratos divertida, o enternecida, a ratos indignada, Annie va descifrando las estrategias comerciales, se rebela contra los estereotipos que descubre en cada sección, y describe el *ballet* ininterrumpido de empleados y clientes. El hipermercado, lejos de reducirse al lugar donde se hacen las compras, adopta aquí un rostro distinto: se convierte en un gran espacio de citas, en un auténtico espectáculo humano. Una captura impresionista del mundo de la gran distribución donde lo cotidiano se eleva a rango de sujeto literario.

Annie Ernaux

Mira las luces, amor mío

ePub r1.0
Titivillus 17-02-2023

Título original: *Regarde les lumières mon amour*
Annie Ernaux, 2014
Traducción: Lydia Vázquez Jiménez
Fotografía de la cubierta: n.º 9 de la serie *Hyper* (2007-2009), de Denis Darzacq / Agence VU'
Fotografía de la autora por Claire Delfino

Editor digital: Titivillus
ePub base r2.1

El hipermercado al final de la carretera está siempre abierto: todo el día, las puertas automáticas se abren en un sentido u otro, acogen y expulsan una auténtica marea humana. Sus espacios iluminados por fluorescentes son tan impersonales y eternos que de ellos emana la misma sensación de bienestar que de alienación. Dentro puedes olvidar que no estás solo o que lo estás.

RACHEL CUSK,
Contrecoup

Hace veinte años tuve que hacer unas compras en un supermercado en Kosice, en Eslovaquia. Acababa de abrir y era el primero en la ciudad tras la caída del régimen comunista. No sé si su nombre, Prior, venía de ahí. En la entrada, un empleado de la tienda imponía una cesta en manos de la gente, desconcertada. En el centro, subida a una plataforma de cuatro metros de alto por lo menos, una mujer vigilaba las acciones y los gestos de los clientes que deambulaban por los pasillos. Todo en ellos traicionaba su falta de costumbre del autoservicio. Se detenían mucho tiempo delante de los productos sin tocarlos, o vacilantes, con precaución, volvían sobre sus pasos, indecisos, en una fluctuación imperceptible de cuerpos aventurados en terreno desconocido. Estaban en pleno aprendizaje del supermercado y de sus reglas que la dirección de Prior exhibía sin sutileza con la cesta obligatoria y su vigilanta encaramada en lo alto. Me sentí turbada por ese espectáculo de una entrada colectiva, captada desde su raíz, en el mundo del consumo.

Me acordé de la primera vez que entré en un supermercado. Era en 1960, en las afueras de Londres, y se llamaba simplemente *Supermarket*. La madre de familia que me tenía contratada como *au pair* me había mandado, provista de un carrito (algo que no me gustaba nada), con una lista de artículos que comprar. No recuerdo exactamente mis pensamientos ni mis sensaciones. Solo sé que me invadía cierta aprensión ante la idea de penetrar en un lugar en el que no controlaba ni el funcionamiento, ni la lengua, que no dominaba aún. Enseguida me acostumbré a ir allí a pasearme en compañía de una chica francesa, también *au pair*. Nos seducía y nos excitaba la diversidad de yogures (en fase anoréxica) y la multiplicidad de chucherías (en fase bulímica), arrogándonos entonces la libertad de tragarnos dentro de la tienda el contenido de un paquete de Smarties sin pasar por caja.

Escogemos nuestros objetos y nuestros lugares de memoria o más bien el espíritu de la época decide qué merece la pena ser

recordado. Los escritores, los artistas, los cineastas participan en la elaboración de esa memoria. Los hipermercados, frecuentados *grosso modo* cincuenta veces al año por la mayoría de las personas desde hace unos cuarenta años en Francia, empiezan apenas a considerarse entre los lugares dignos de representación. Sin embargo, cuando miro atrás, me doy cuenta de que a cada periodo de mi vida aparecen asociadas imágenes de grandes superficies comerciales, con escenas, encuentros, gente.

Recuerdo:

el Carrefour de la Avenue de Genève en Annecy, donde en mayo de 1968 llenamos hasta los topes el carrito porque teníamos miedo de que hubiera desabastecimiento de víveres

el Intermarché de La Charité-sur-Loire, a las afueras de la ciudad, con su cartel «Los Mosqueteros de la Distribución», recompensa para nuestros hijos en verano después de las visitas a castillos e iglesias, como lo era para ellos el paso por el Leclerc de Osny después de clase. Ese mismo Leclerc donde me encontré más adelante con antiguos alumnos que no reconocía inmediatamente, donde se me saltaban las lágrimas al pensar que nunca más compraría chocolate para mi madre que acababa de morir

Major a los pies de la roca de Sancerre, Continent en lo alto de Rouen junto a la universidad, Super-M en Cergy, rótulos cuya desaparición acentúa la melancolía del tiempo

el Mamut de Oiartzun al que nunca fuimos a pesar de nuestras ganas de hacer acopio de chorizo y turrón antes de llegar a la frontera (pero siempre se nos hacía demasiado tarde) y que se convirtió en una broma familiar, el símbolo del contratiempo y de lo inaccesible.

El súper y el hipermercado no son reductibles a su uso de economía doméstica, al «rollo de las compras». Suscitan pensamientos, fijan en recuerdos sensaciones y emociones. Seguro que podrían escribirse relatos de vida a través de las grandes superficies comerciales frecuentadas. Forman parte del paisaje infantil de toda persona con menos de cincuenta años. Si se exceptúa una categoría limitada de la población (habitantes del centro de París y de las grandes ciudades históricas), el hipermercado es para todo el mundo un espacio familiar cuya

práctica se ha incorporado a la existencia, pero del que ni se sospecha la importancia en nuestra relación con los demás, en nuestra manera de «sociabilizarnos» con nuestros contemporáneos del siglo XXI. Pues bien, si lo pensamos detenidamente, no hay espacio, público o privado, donde deambulen y se junten tantos individuos distintos: por edad, ingresos, cultura, origen geográfico y étnico, apariencia. No hay espacio cerrado donde cada uno de nosotros, decenas de veces al año, se encuentre más en presencia de sus semejantes, donde cada uno de nosotros tenga la oportunidad de atisbar la forma de ser y vivir de los demás. Las mujeres y los hombres políticos, los periodistas, los «expertos», todos esos que nunca han puesto los pies en un hipermercado no conocen la realidad social de la Francia de hoy.

El hipermercado como gran espacio humano de citas, como espectáculo, es algo que he sentido en distintas ocasiones. La primera vez, de forma punzante, con una vaga impresión de vergüenza. Me había aislado, fuera de temporada, en un pueblo del departamento de La Nièvre para escribir a mi aire, y no lo conseguía. Ir «al Leclerc» a
5 km
era un alivio. Al mezclarme con desconocidos, al «ver a gente», me reencontraba, precisamente, con la gente, con el mundo. La presencia necesaria del mundo. Descubriendo así que yo era igual que todos esos que van a dar una vuelta al centro comercial para distraerse o para escapar de la soledad. Espontáneamente, me puse a describir cosas que veía en las grandes superficies [1].

Para «contar la vida», la nuestra, hoy, he elegido pues como objeto, sin dudarlo, los hipermercados. Con ello, he visto la oportunidad de dar cuenta de la práctica real de su concurrencia, lejos de discursos convencionales y a menudo teñidos de la animadversión que provocan esos supuestos no-lugares y que no concuerdan en absoluto con mi experiencia.

De noviembre de 2012 a octubre de 2013, relaté así la mayoría de mis visitas al hipermercado Alcampo de Cergy, que frecuento habitualmente por razones de facilidad y placer, debido esencialmente a su ubicación en el interior de Les Trois-Fontaines, el mayor centro comercial del departamento de
Le Val-d'Oise.

El centro comercial de Les Trois-Fontaines, accesible a pie a través de una zona peatonal desde la estación del RER, y en coche directamente desde la autopista A15, está implantado en el corazón del barrio de Cergy-Préfecture. Ahí se encuentran concentrados todos los organismos públicos (la Delegación del Gobierno, la Oficina Central de Correos, la Dirección General del Fondo de Pensiones, la Delegación de Hacienda, las dos estaciones, la del RER que lleva a París y la de autobuses, la Caja de Ahorros, la comisaría de policía, el teatro, la mediateca, el conservatorio, la piscina, la pista de patinaje, etc.), un campus universitario (con una Facultad de Letras, la Escuela Superior de Comercio, la Escuela Superior de Ingeniería, la Escuela Nacional de Arte) y los bancos. De tal suerte que definiría de buena gana este espacio, conocido de hecho como Gran Centro, como una adición, o un encaje, de concentraciones masivas, que juntas crean una animación considerable de día y un desierto de noche.

El centro comercial ocupa la mayor superficie de esta zona. Hay que imaginarse una enorme fortaleza rectangular de ladrillo rojo oscuro, cuya fachada, grande, la que da a la autopista, es de vidrio espejado y refleja las nubes. La fachada opuesta, la que da a unos edificios y a una torre de viviendas, es de ladrillo, uniforme, como esas antiguas fábricas del departamento de Le Nord. Desde su creación en 1972, se ha añadido un ala perpendicular en uno de los extremos, donde está instalada, en concreto, la FNAC. Unos *parkings* inmensos, medio cubiertos y superpuestos en varios niveles, lo rodean por tres de los cuatro costados. Se accede al interior por diez pórticos, algunos de ellos monumentales que evocan la entrada de un templo medio griego, medio asiático, con sus cuatro columnas coronadas por dos tejados distantes, en forma de arco, el más elevado de vidrio y metal y sobresaliendo con cierta gracia.

Les Trois-Fontaines constituye un centrociudad de un nuevo tipo: propiedad de un grupo privado, está enteramente cerrado, vigilado y nadie puede penetrar en él fuera de unos horarios determinados. Por la noche, su masa silenciosa, al salir del RER y tener que bordearla, resulta más desoladora que un cementerio.

Aquí se reúnen en tres niveles todos los comercios y todos los servicios de pago susceptibles de cubrir la totalidad de las

necesidades de una población: hipermercado, *boutique* de moda, peluquerías, centro médico y farmacias, guardería, restauración rápida, estanco, prensa, etc. Hay baños gratuitos y un préstamo de sillas de ruedas. Pero el único café, *Le Troquet*, el cine *Les Tritons* y la librería *Le Temps de vivre* han desaparecido. Hay pocas marcas de diseño. La clientela pertenece mayoritariamente a las clases medias y populares.

Para quien no tiene costumbre, es un lugar desorientador, no a la manera de un laberinto, como Venecia, sino por la estructura geométrica del lugar donde se yuxtaponen, de cada lado de unos largos pasillos de ángulos rectos, unas *boutiques* que se confunden con facilidad. Es el vértigo de la simetría, reforzado por el hecho de ser un espacio cerrado, aunque esté abierto a la luz del día gracias a un gran lucernario que hace las veces de tejado.

El hipermercado Alcampo ocupa en dos niveles la casi totalidad de la superficie del centro. Es el corazón, que irriga con su clientela el resto de las tiendas. Su supremacía queda clara en el frontal del centro donde aparece expuesto su nombre en letras gigantescas, que eclipsan las más reducidas de la FNAC y de Darty. En el *parking*, las parcelas donde están las baterías de carritos llevan todas el logo de la cadena, rojo con un pájaro. Es el único comercio abierto tanto tiempo (de 8h30 a 22h), cuando el resto lo hace solo de 10h a 20h. En el interior del centro, el híper Alcampo constituye por sí mismo un enclave autónomo, ofreciendo, además de la alimentación, electrodomésticos, ropa, libros y revistas, y también servicio de venta de entradas, agencia de viajes, revelado de fotografías, etc. De esta manera consigue multiplicar la oferta de otros comercios como Darty, o directamente los anula, obligándolos a trasladarse fuera del centro, donde ya no hay panadería, carnicería, tienda de vinos, etc. El nivel 1, sin alimentación, tiene la forma de un rectángulo profundo. Está unido por una escalera mecánica al nivel 2, que tiene el doble de superficie, dividida en dos espacios comunicantes, pero formando un ángulo recto, lo cual, al reducir el horizonte infinito de mercancías, atenúa la impresión de amplitud. Todos los accesos están vigilados por guardias de seguridad.

Esta es la fisionomía de un sitio que, como de costumbre, he recorrido con mi lista de la compra en la mano, esforzándome simplemente en prestar más atención a todos los actores de este

espacio, empleados y clientes, así como a las estrategias comerciales. Nada de pesquisas ni exploraciones sistemáticas, sino un diario, forma que más se corresponde con mi temperamento, propenso a la captura impresionista de las cosas y las personas, de las atmósferas. Un listado libre de observaciones, de sensaciones, para intentar captar algo de la vida que transcurre ahí.

2012

jueves, 8 de noviembre

Hace frío, un día gris. Hace un momento, una especie de sensación de placer ante la idea de ir a Les Trois-Fontaines y hacer unas compras en Alcampo. Como una interrupción en el trabajo de escritura, una distracción sin esfuerzo en un lugar familiar.

En cuanto se franquea una de las barreras que dan acceso (de pago) al *parking*, puede presentarse toda una serie de obstáculos que, de entrada, da a las compras un carácter irritante: verse obligado a dar vueltas durante un buen rato antes de encontrar un sitio que no esté en el fondo del *parking*, lejos de una entrada, darse cuenta de que no se lleva un euro encima para poder desenganchar un carrito o que, además de desviarse de manera incontrolada hacia un lado, el que acabamos de coger contiene el detritus del usuario precedente. Al contrario, encontrar aparcamiento de inmediato o a punto de quedarse libre y justo al lado de la entrada favorita es una satisfacción de buen augurio. Otra es hacerse con un carrito limpio y de manejo fácil. Las dos suertes que he tenido hoy.

Gran afluencia en los largos pasillos del centro (estamos en plenas vacaciones de otoño), más discreta dentro de Alcampo. Como ya ha pasado Halloween, todo está dispuesto para Navidad. A la entrada, una enorme pirámide de botellas decorada: CHAMPÁN A 6,31 EUROS LA BOTELLA CON LA TARJETA ALCAMPO -20 % (no se especifica la marca). Cajas de bombones. Adornos para la mesa, para el abeto. Hasta donde alcanza la vista unos carteles de color amarillo con PROMOCIÓN en enormes letras negras. Pero muy pocas personas en este nivel, como si la gente se resistiera al tiempo comercial, esperara a su hora habitual o, lo más probable, el sueldo a fin de mes.

Los juguetes ocupan varios lineales de estanterías rigurosamente separadas en «Niños», «Niñas». En las unas, la hazaña (Spiderman), el espacio, el ruido y la furia (coches, aviones, tanques, robots,

sacos de boxeo), todo en tonos rojos, verdes, amarillos intensos. En las otras, el interior, las tareas domésticas, la seducción, el cuidado del bebé. «Mi pequeño supermercado», «Mis utensilios para las tareas de la casa», «Mi mini-Tefal», «Mi mini-plancha», «Mi babynurse». Una «Bolsa de alimentos» transparente está nauseabundamente llena, entre una caca y un vómito, de cruasanes y otros comestibles de plástico. Entrever un maletín de doctor en medio de ese arsenal doméstico me parece casi un consuelo. La reproducción de los roles no sabe de sutilezas ni de imaginación: todo igual que mamá en mini. Enfrente, los neceseres de maquillaje, tocadores con un espejo y un asiento para arreglarse, trajes de Blancanieves y de princesas. Más allá, muñecas, de arriba abajo, en una estantería de diez metros. Publicidad para una Barbie al volante de un Volkswagen, 29,90 euros. Me consume la rabia y la impotencia. Pienso en las Femen, aquí es donde tenéis que venir, al origen del moldeado de nuestros inconscientes, y hacer un buen saqueo de todos estos objetos de trasmisión. Podéis contar conmigo.

Un poco más lejos, en el espacio de la librería, una sola clienta, una mujer madura, se pasea entre las mesas. Cada vez que me acerco ahí, salgo triste y desanimada. No porque no estén mis libros, hay algunos en la estantería de libros de bolsillo, pero, salvo raras excepciones, la selección obedece a un único criterio, el *bestseller*. «Las mejores ventas» se exhiben en tres metros de ancho, numeradas del 1 al 10, en cifras enormes, como en las carreras de caballos del hipódromo de Longchamp. Lo que puede designarse con el término de literatura queda reducido a la mínima expresión en medio de ese espacio consagrado a las obras prácticas, de juegos, viajes, religión, etc.

Me fijo en un letrero en lo alto:

POR RESPETO A NUESTRA CLIENTELA, ESTÁ PROHIBIDO LEER LAS REVISTAS EN LA TIENDA. GRACIAS POR SU COMPRENSIÓN.

Lo que más me irrita de esta prohibición, es el posesivo «nuestra», que sustituye al «la» que cabría esperar. Ni yo ni los demás somos propiedad de Alcampo, y aún menos sus socios: su clientela no es la mía, la nuestra. Ese «nuestra» es la típica farsa.

Arriba, en el nivel de alimentación, mucha gente, el ambiente de vacaciones escolares es palpable. Se nota que han venido a pasear, despreocupados. Muchos ni siquiera llevan carrito o cesta. El pasillo

central de circulación, perpendicular a los pasillos de las estanterías, está concurrido por adolescentes que deambulan, esquivando los carritos de las parejas mayores, por mujeres rodeadas de niños que se divierten corriendo, yendo y viniendo. Una chica se quita los cascos del móvil para contestar a su madre. Otra, en la zona de las aguas minerales, al fondo de la tienda, llama por teléfono con la cabeza apoyada en un *pack* de Evian: «¿Os han dado permiso para hacer fotos o no?». Uno puede aislarse y mantener una conversación en un hipermercado tan serenamente como en un parque.

Una mujer rubia, de unos cincuenta y tantos años, vestida con un uniforme azul, que conduce una fregadora de suelos industrial, intenta abrirse paso con dificultad entre la gente. Esa delicada función de conductora, que tiene una dimensión majestuosa (domina a los clientes desde lo alto de su asiento), me parece más gratificante que la del empleado asignado a reponer productos, pero puede que me equivoque.

Los demás empleados (vendedores, responsables de sección, manipuladores de palés, etc.) que se mueven por la tienda llevan el mismo uniforme: un chaleco negro, un poco estilo Mao, con ALCAMPO en gruesas letras blancas.

Veo a uno charlando amigablemente con un cliente asiático cuyo carrito contiene solo cuatro grandes sacos de arroz ordinario. Me doy cuenta de que no conozco a nadie que trabaje aquí.

Hasta ahora, siempre me he negado a hacerme la tarjeta de fidelización de Alcampo. A la ya ritual pregunta hecha en la caja «¿Tiene la tarjeta de fidelización?», yo contestaba con el mismo ritual «¡No soy fiel a nadie!», lo cual es una exageración. Sencillamente me negaba a someterme a la estrategia de incitación consumista practicada por todas las grandes superficies. Hoy he respondido «¿Qué hay que hacer para tener una?» por curiosidad de saber qué información sobre mí tendría que facilitar. Para gran sorpresa mía, ninguna. He recibido de inmediato de manos del cajero una tarjeta con las siglas Alcampo y un código de barras al dorso. Imposible asociarte a la cadena de forma más rápida ni más discreta, mediante un sistema de acumulación de saldo en euros para su posterior canje en la compra de tal o cual producto.

lunes, 12 de noviembre

Por la tarde. En la entrada de Alcampo, para mis escasas compras, he cogido una cesta con ruedas, honda, de plástico rojo, fácil de llevar.

Paso frente al mostrador de la pescadería. Olor fuerte, inevitable a pesar del hielo, debido al calor reinante en toda la tienda. A la derecha del mostrador, la impresionante capa de bacalaos salados superpuestos como viejas tejas grisáceas formando una cubierta inclinada. En el suelo, cajas cerradas y apiladas de bacalaos: 65 euros los
10 kg.
Una mujer negra con un largo vestido de flores se para delante, duda, se va.

(Dilema. ¿Voy a escribir o no «una mujer negra», «una africana» [no está claro que lo sea] o solo «una mujer»? Estoy ante una elección que, singularmente hoy, compromete la lectura que se haga de este diario. Escribir «una mujer» es borrar una característica física que no puedo no haber visto de inmediato. Dicho de otro modo, supone «blanquear» implícitamente a esa mujer puesto que el lector blanco se imaginará, por costumbre, a una mujer blanca. Es negarle una parte de su ser, y no la menos importante, su piel. Negarle textualmente la visibilidad. Exactamente lo contrario de lo que quiero hacer, de lo que es mi compromiso de escritura: dar aquí a la gente, en este diario, la misma presencia y el mismo lugar que ocupan en la vida del hipermercado. No hacer un manifiesto a favor de la diversidad étnica, solo dar a los que habitan el mismo espacio que yo la existencia y la visibilidad a las que tienen derecho. Así que escribiré «una mujer negra», «un hombre asiático», «unos adolescentes árabes» cuando me parezca).

Fruta y verduras. Un expositor lleno de uva Italia a granel. Mucha gente coge y come un grano o dos, más o menos discretamente, en una especie de autorización colectiva, reducida voluntariamente a unas pocas uvas y controlada por la visión de los demás. Hacer lo mismo con las peras o las manzanas supondría exceder los límites de ese derecho tácito. Justamente estoy «en las manzanas». Un empleado está descargando unas cajas. Le pregunto

si tiene Canadá, porque las pocas que quedan en el puesto de frutas están pochas.

«¡Voy a ponerlas expresamente para usted!», y coloca ante mí una caja llena.

«¿Son para una tarta? Yo las hago al horno, prefiero al horno.

—Yo las hago en el microondas, con diez minutos basta».

Me enseña cómo funciona el nuevo peso eléctrico. Es hablador. Yo soy lo bastante vieja y él lo bastante joven como para que esa conversación no sea más que un intercambio de cortesía. Querría preguntarle acerca de su sueldo. No me atrevo. No consigo salirme de mi condición de clienta.

De repente surge ese hombre que recorre un pasillo ancho tambaleándose ligeramente, con una lata de Red Bull abierta en la mano. Nada más, ni cesta ni carrito. Tiene la otra mano metida en el bolsillo trasero del vaquero, que se le cae un poco. Lleva un gorro calado hasta las cejas. Me entra miedo por él, a causa de las cámaras de vigilancia (aún no he localizado dónde están) y de los guardias de seguridad. Entre la población que suele venir a este Alcampo, cada año más diversa étnicamente hablando, el sin techo, el tipo un poco bebido, por el contrario, han desaparecido. Se ha impuesto una especie de «consumidor normal», o porque los guardias los rechazan a la entrada, o por autoexclusión.

En la caja automática, espero detrás de un tipo con una cola de caballo, un abrigo largo de cuero negro y unos Dr. Martens. Ese tipo de caja, reservada para «menos de diez artículos», la utilizan sobre todo los jóvenes, pocas personas de más de cincuenta años. Sospecho que a muchos el funcionamiento les parece complicado, aunque siempre hay una empleada a unos pasos para servir de ayuda. Se libera una máquina. Una vez más, paso mucho tiempo en las diversas manipulaciones. En el momento de colocar la compra en una bolsa de plástico (de pago, 3 céntimos), me doy cuenta de que se ha quedado otra pegada, que la máquina no ha contabilizado. He cometido un hurto involuntario. *A posteriori* me pregunto si la caja automática es capaz de detectar un código de barras sustituido por otro o cualquier sistema ingenioso similar. Ese tipo de dispositivo lleva a la indiferencia moral. No se tiene impresión de robar frente a una máquina.

viernes, 16 de noviembre

17h. Dirección a la parafarmacia de Alcampo, situada en el interior del híper, cerca de los demás productos de higiene y cosméticos, pero autónoma, con su caja propia y una vendedora susceptible de aconsejar. La estrechez de los pasillos obliga a dejar el carrito en la entrada. Un cartel VIERNES -30 % EN LA SEGUNDA UNIDAD. A causa de una afluencia previsible de clientes (sobre todo clientas, rara vez hombres), hay una dependienta más, segura de sí misma, nerviosa, sin duda «por encima» de la vendedora habitual (la posición de autoridad puede leerse en su cara, en sus gestos). Llega un montón de chicas, blancas y negras, entre ellas una madre joven con un niño en un cochecito. Frenan ante la sección de maquillaje, murmuran entre sí, con las cabezas pegadas, muy animadas. Una mujer eurasiática de cierta edad duda frente a los alimentos de régimen, acaba cogiendo un lote de dos paquetes de galletas Milical de oferta.

La parafarmacia, como ciertos estantes bio, ocasiona largas paradas. La gente se sume en una profunda meditación ante los productos para adelgazar, para el tránsito intestinal, para dormir, para encontrarse y vivir mejor. Son los estantes del sueño y del deseo, de la esperanza. La sección psicología, por así decirlo, pero lo mejor del producto es el momento previo a echarlo al carrito.

A pesar de no proyectar ninguna compra, los juguetes ejercen sobre mí una poderosa atracción, puede que la misma que ha conducido a tres jóvenes de unos veinte años a pasearse por la sección. Se paran ante unas máscaras. Uno de ellos roza la tapa plastificada transparente de un «Robot in Disguise» y se ponen a evocar sus recuerdos, febriles: «¡Yo tenía uno así!». Parecen felices, adorablemente pueriles.

Una mujer joven pasa lentamente entre las muñecas. La niña de seis a ocho años que la sigue reclama una, no sé cuál. Su madre se la lleva a rastras diciéndole «Ven, te traerá una el Papá Noel verde». El Papá Noel verde es el del Socorro Popular que reparte juguetes a los niños de padres pobres.

Hay cola en la pescadería, señal de una integración generalizada de la tradición católica. En realidad, la única creencia que lleva a comprar pescado los viernes es que está más fresco que el resto de

los días.

No muy lejos, encima de las bandejas de carne recién cortada, gran cantidad de letreros diseminados: CARNICERÍA A MENOS DE 1 EURO; LAS SOLUCIONES MÁS BARATAS DE ALCAMPO; CARNE A 1 EURO POR PERSONA.

Lenguaje humanitario de seducción. El híper calcula el coste de la ración en el plato, pero ¿de qué peso? No lo he visto, sin duda escrito en letra pequeña.

A la altura de las estanterías de «Productos del mundo», seguidos de las secciones halal y kosher, hay un rincón donde nadie se aventura jamás, una especie de tienda de delicatesen del gran almacén Bon Marché de París pero en modelo reducido. Con rótulos pretenciosos, Bodega de aceites, Bodega de pastas. Los
33 cl
de aceite
L'Olivier
cuestan 14 euros, y todo parecido, a precios astronómicos, especias, galletas y conservas Albert Ménès, Table de Mathilde. Esta área, siempre desierta, ¿participa del estatuto Alcampo? Ahí, por debajo del estante de las mermeladas, vi un día un bonito ratón salir corriendo. Sin duda los roedores tienen más facilidad que nosotros para escapar a las cámaras de vigilancia.

Como hay más personas muy pobres que muy ricas, la zona del «Súper Discount» ocupa una superficie cinco veces mayor. Hasta 2007, estaba ubicada en un espacio cercano al entonces pequeño, bio, en la intersección de las dos alas del nivel 2, de forma que todo el mundo la cruzaba para ir de la una a la otra. La dirección, juzgando sin duda más rentable ampliar y multiplicar las estanterías del bio (caro) en ese espacio estratégico, la desplazó hasta el fondo de la misma planta, en un enclave que comparte con los productos para animales. Queda mejor que en medio de la tienda. Si no se tiene ni perro ni gato se puede ignorar su existencia. Es el lugar de abastecimiento de los *comebarato* (expresión de Thomas Bernhard) y todo lo indica. Mientras que el alimento para los gatos y los perros se presenta bajo una apariencia suculenta y alegre, con envases de colores, los productos de baja gama para las personas no son nada atractivos, apilados en palés en el suelo o sobre rejillas en repisas de madera. Hasta las cámaras frigoríficas tiene un aspecto

pobre. Todo se vende en grandes cantidades, los huevos por 30, las napolitanas de chocolate por paquetes de 14 a 1,89 euros. Sin marca, solo el contenido en gruesas letras: «Coles de Bruselas», «Bizcocho», «Plum Cake de chocolate», o marcas de ninguna parte, café Premium, ratatouille Larroche, con nombres que presumen de una calidad que no tienen, como el aceite Belhuil.

Enfrente, una gran sección, el Self Discount, que propone en distintas bandejas todo tipo de caramelos y galletas de aperitivo que se meten en un paquete y luego se pesan en una balanza.

Aquí, el lenguaje habitual de seducción, hecho de falsa bondad y de felicidad prometida, se ve sustituido por la amenaza, claramente expresada. A lo largo de toda la sección Self Discount, abajo, un cartel advierte en rojo: CONSUMO PROHIBIDO EN EL INTERIOR y otro encima, más civilizado:

EL CONSUMO EN EL INTERIOR DEL ESTABLECIMIENTO ESTÁ PROHIBIDO.

GRACIAS POR SU COMPRENSIÓN.

LA VIDA. LA DE VERDAD. ALCAMPO.

Sobre la balanza, una nota previene la tentación de la trampa: «Estimados clientes, les informamos que el peso y el etiquetado de sus productos son controlados de forma aleatoria al pasar por caja». Advertencia reservada a las poblaciones supuestamente peligrosas puesto que no figura en los pesos del espacio de fruta y verduras de la parte «normal» de la tienda.

Surge una mujer con un niño pelirrojo junto a un cochecito. Él se echa a correr hacia los dulces. «¡Sammy! ¡Sammy!», grita la madre. Él ya ha metido la mano en un tarro y le trae triunfalmente un puñado de caramelos. Sonrío ante la escena. A la madre, que evita mirarme, no le hace gracia.

En la caja, discusión entre una abuela y su nieta de unos seis u ocho años.

«¿Quieres el monkiki o el perfume? ¿Qué prefieres? (El perfume está ya en la cesta, según parece). No se puede tener todo en la vida. ¿Te crees que la abuela lo tiene todo en la vida? A ti te pasa lo mismo.

—Quiero el monkiki».

La abuela saca de la cesta el perfume, marca Walt Disney, lo deja encima de un estante de caramelos que tiene al lado mientras la nieta va a buscar el monkiki. Vuelve con él, apretándolo fuerte en

la mano. Es un monito. Subrepticiamente, la abuela vuelve a coger con un gesto rápido el perfume y lo pone en la cesta. Parece descontenta, sabe que hace mal, pero no puede impedirlo. Hacer feliz a su nieta. Querer que ella la quiera. En el mundo del hipermercado y de la economía liberal, querer a los niños es comprarles lo máximo posible.

martes, 20 de noviembre

Durante mucho tiempo ignoré que Alcampo pertenecía a una familia, los Mulliez, que también poseen Leroy Merlin, Kiloutou, Decathlon, Midas, Flunch, Jules, etc. De la gente que ha acudido aquí hoy, imagino que pocos lo saben. Me pregunto qué ha cambiado para mí el hecho de saberlo. Son sombras. Seres míticos. En Annecy, antaño corría el rumor de que la familia Fournier, creadora en esa ciudad del primer Carrefour, comía en vajilla de oro.

sábado, 24 de noviembre

Llego a primera hora de la tarde a Les Trois-Fontaines. Embotellamiento en el *parking*. Nada más entrar, me sorprende una afluencia distinta de los otros días, más parejas y familias, a menudo con niños pequeños, más mujeres con pañuelos ciñéndoles el pelo. Atmósfera de efervescencia y de gasto (o deseo de gasto), incrementada por el número de individuos. Recuerda a esos «grandes reabastecimientos» de la guerra. Los carritos rebosan.

La «magia de la Navidad» está por todas partes. Las guirnaldas caen en una lluvia plateada por encima de las escaleras mecánicas y los tramos. En esta época del año el centro comercial se parece a una catedral de estilo gótico flamígero.

A la entrada de Alcampo, unas señoras de cabello gris, con aspecto de hermanitas de la caridad, distribuyen unas bolsas transparentes. Es el día de la colecta nacional del Banco de alimentos. Una de las señoras me tiende un folleto donde figuran los productos que hay que comprar preferentemente, conservas, azúcar, café, aceite. Me dice que hacen falta también productos de

higiene y alimentos para bebé. Luego, en voz baja, añade: «¡Nada de pasta, por favor, el año pasado recogimos 3 toneladas!». ¡Hay que ver! ¡Qué tipejos, los donantes! Entendido, la bondad tacaña no vale. Hay que hacer un esfuerzo de imaginación, además. Malestar y rompecabezas de la caridad. Me empeño en apartar los productos más baratos, en comprar «como para mí». Impresión jubilosa de que tomarme mi tiempo eligiendo Bledina de verduras y pollo o chocolate Rik & Rok es más noble que dar dinero. Caridad sana. (Más tarde, en la caja, al vaciar en la cinta el contenido de la bolsa transparente, tengo la impresión de que la compra asciende a unos cincuenta euros. Una vez hecha la verificación, veo que he sobrevalorado la cuantía de mi gesto: solo 28 euros).

En la sección de quesos, me fijo en una pareja joven. Dudan. Como si no tuvieran costumbre, como si fuera algo nuevo para ellos. Hacer la compra entre dos por primera vez sella las primicias de una vida en común. Supone armonizar los gustos, los presupuestos, y ante todo construir una pareja en torno a la alimentación, esa necesidad primaria. Proponer a un hombre o a una mujer ir juntos al supermercado no tiene nada que ver con invitarlo al cine o a un bar a tomar una copa. No cabe la fanfarronería seductora, no hay trampa posible. ¿Te gusta el roquefort? ¿El reblochon? Este es de leche cruda. ¿Y si hiciéramos un pollo asado?

Las estanterías de juguetes están menos concurridas de lo que era de prever. Una pareja de abuelos contempla con ansiedad una gran muñeca como si fuera a emanar de sus labios rojos y de sus ojos fijos la señal de que es ella, y no otra, la que hay que elegir. Un hombre arrastra a su hijo lejos de la zona de los coches teledirigidos. «Ven, vamos a buscar a momá». He oído y dicho durante toda la infancia *momá* y no *mamá*. El hombre que acaba de recordármelo es de origen africano o antillano.

Se habla constantemente de las compras del fin de semana en términos de «suplicio». Inconsciencia o mala fe. Puede considerarse que se trata del precio que hay que pagar por la prosperidad, por un trabajo fruto de la abundancia. La subsistencia siempre ha necesitado trabajo, en otro tiempo mucho más que hoy en día, salvo para los privilegiados, que tenían criados que se encargaban de ello.

Y salta a la vista que la gente, esta tarde, se toma su tiempo.

A la salida, se amontonan por el suelo las cajas de cartón. Las señoras del banco de alimentos ordenan los productos que se les entregan, el aceite aquí, el café allá, etc. Impresión brutal de un mercado de pobres expuesto a plena luz.

miércoles, 28 de noviembre

Un incendio ha destruido una fábrica textil en Bangladesh, 112 personas han muerto, la mayoría mujeres, que trabajaban por un sueldo de 29,50 euros al mes. El edificio era de nueve pisos, no debería haber tenido más de tres. Los obreros se han visto atrapados en el interior, sin poder salir.

La fábrica, Tazreen, fabricaba polos, camisetas, etc. para Alcampo, Carrefour, Pimkie, Go Sport, Cora, C&A, H&M.

Evidentemente, aparte de unas lágrimas de cocodrilo, no hay que contar con nosotros, que nos aprovechamos alegremente de esa mano de obra esclava, para cambiar las cosas. La rebelión vendrá de los explotados, del otro lado del mundo. Hasta los parados franceses víctimas de las deslocalizaciones están encantados de poder comprarse una camiseta a 7 euros.

jueves, 29 de noviembre

Como una anomalía en un pasillo de alimentación de Alcampo, una chica elegante con un vestido de manga corta, arrastrando una maleta de ruedas. Probablemente acaba de salir del RER y aprovecha la proximidad del centro para hacer unas compras.

Aquí, más que en cualquier otra parte, dificultad para entender y calificar el instante presente, el significado de todo lo que pasa ante mi vista al mismo tiempo que avanzo. De las personas solo veo sus cuerpos, su apariencia, sus gestos. Lo que meten en la cesta, en el carrito. De ello deduzco, más o menos, su nivel de vida. Me queda invisible lo esencial, disimulado bajo los carritos desbordantes del fin de semana, esa evaluación incesante entre el precio de los productos y la necesidad de alimentarse a la que está obligada la mayoría de la gente. Cuanto menos dinero se tiene, más minucioso es, a la fuerza, el cálculo de las compras. Más tiempo se necesita.

Hacer la lista de lo necesario. Marcar en el catálogo de las ofertas las mejores oportunidades. Es un trabajo económico que no cuenta, obsesivo, que ocupa por completo a miles de mujeres y hombres. El principio de la riqueza (de la liviandad de la riqueza) puede medirse por esto: servirse en una estantería de productos alimenticios sin mirar antes el precio. La humillación infligida por las mercancías. Son demasiado caras, luego yo no valgo nada.

En el nivel 2, si uno quiere sentarse, hay un total de dos sillitas de plástico situadas en el paso entre las dos alas, junto a un surtidor de agua. El híper está previsto para la circulación más eficaz. Los asientos la obstaculizarían e invitarían al descanso. Definitivamente, los lugares de consumo han sido concebidos como los de trabajo, con una pausa mínima para un rendimiento óptimo. Las sillas están a menudo ocupadas por mujeres de cierta edad, delante de ellas el carrito de la compra que agarran por el asa, o por madres con niños a los que dan de comer o beber.

En el espacio de la librería, solo un hombre hojeando *La vida secreta de los grandes personajes de la Historia*. Expuestos, pegados el uno al otro: *El santo Corán, El Corán para principiantes, La Biblia para principiantes*. Puede que solo en los hipermercados pueda encontrarse ese tipo de libros y hojearlos sin miedo a miradas ajenas.

La gente hace fotos por todas partes, todo el tiempo. En el interior de Alcampo, nunca he visto a nadie hacer una foto con el móvil. ¿Está permitido?

miércoles, 5 de diciembre

16h. Lluvia. En el centro comercial, no se mide el tiempo. No está inscrito en el espacio. No se lee en ningún lado. Se sustituyen las tiendas, se trasladan las secciones, se renueva la mercancía, cosas nuevas que no cambian fundamentalmente nada. Que siguen siempre el mismo ciclo, de las rebajas de enero a las fiestas de fin de año, pasando por las rebajas de verano y el comienzo del curso escolar.

En este momento, franquear una de las puertas del centro es caer brutalmente en la efervescencia y la trepidación, el resplandor

de los objetos, todo un mundo insospechado cuando aún estamos en el exterior, muertos de frío en el *parking*, frente a ese Kremlin de ladrillo. Mucha gente en la sección de juguetería de Alcampo. Niños. Rigurosamente separados. Ninguna niña delante de los coches y los trajes de Spiderman, ningún niño frente a las Barbies, las Hello Kitty, los bebés llorones Rik y Rok.

Hace tiempo, mi hijo de dos años pidió una muñeca. Como a sus padres les pareció que interesarse por el sexo opuesto partía de un deseo y una curiosidad legítimos, la consiguió.

En el gran espacio de la telefonía y los ordenadores (anunciado como NUEVAS TECNOLOGÍAS, CONECTIVIDAD), con clientela mayoritariamente masculina, los vendedores son todos chicos, jóvenes, en general físicamente agradables, moviéndose con soltura entre los mostradores, conscientes de sus conocimientos en materia de nuevas tecnologías. A primera vista, forman una especie de aristocracia, que no se priva de adoptar cierta condescendencia con los clientes, sobre todo con las mujeres. Precisamente dos señoras preguntan por un teléfono móvil destinado a una niña pequeña, «pero sencillo, justo para usarlo al volver de la escuela», lo que provoca la risa y las bromas de los dos muchachos del estand. Yo necesito un *pendrive*. Soy perfectamente consciente de que pedir al vendedor que se acerque para explicarme cuántos gigas debo escoger manifiesta mi crasa ignorancia, algo que certifica su sonrisita. Es una sección marcadamente viril. También una de las que más vendedores tiene, a menudo desocupados. En la sección de librería no hay ninguno.

Imposible acceder al nivel 2 sin ver la pescadería situada junto a la escalera mecánica. Hay congrio, salmonetes a 6,99 euros el kilo, mejillones a 2,99 euros, cola de rape a 14,95 euros. Los precios están marcados en caracteres gigantescos, siempre sobre el mismo fondo amarillo chillón. Me doy cuenta de que cierta desmesura actúa de manera hipnótica, estoy a punto de creerme que dan ese pescado *regalado*. Los empleados de la sección circulan rápidamente, con botas, delantal azul y un gorro higiénico en la cabeza. El que tiene toda la pinta de ser el responsable, con rostro juvenil, cabello gris asomando del gorro, coge hielo a puñados de una cubeta y lo arroja por el puesto. Indica a otro empleado cómo colocar las lubinas en paralelo antes de dispersar por encima una

fina capa de hielo. Me pregunta qué quiero. «Nada, solo miro. —Ah bueno —Es que estoy escribiendo acerca de los supermercados».

De repente se muestra interesado. Le pregunto cuánto tiempo lleva trabajando en Alcampo. «¡Veinte años!», dice con el orgullo que confiere la larga duración, sea cual sea, de un empleo, de un matrimonio, de una vida incluso, etc. Precisa «¡Aquí, en la pescadería, llevo once años!». Orgullo sobre todo por su trabajo, que ya no es el de un ejecutante sino el de un responsable a todos los niveles (selección, preparación y venta) de un producto alimenticio frágil. Durante nuestra conversación, no pierde de vista su puesto. Acaba de llegar un cliente. Se excusa y me deja inmediatamente.

Él, como el carnicero, el panadero, el quesero, gozan, por su saber hacer, de una autonomía y una responsabilidad que los sitúan aparte. Antes que empleados de Alcampo, son gente de *oficio*, artesanos. Forman una especie de nobleza, generalmente masculina.

Demasiada gente en las cajas de siempre. De mala gana, me dirijo a las automáticas, reservadas a un máximo de diez artículos. Delante de mí un hombre solo, de unos cincuenta años, con un trozo de *pizza* a 1,75 euros, una *baguette* envuelta en celofán, plátanos y mandarinas. Detrás, unos estudiantes que evocan recuerdos de su instituto. Uno de ellos lleva una tarrina de helado Häagen-Dazs. Como suele pasar, una de las cuatro máquinas está fuera de servicio. Me alivia ver que la que me toca es la más alejada de la cola y de los ojos ansiosos puestos en los demás clientes, que evalúan la posibilidad de pasar rápido según la destreza o la torpeza del otro. Perversión del sistema de las cajas automáticas, la irritación que suscita una cajera considerada lenta se traslada al cliente.

De hecho, es un sistema difícil de soportar, terrorista, en el que hay que seguir al pie de la letra las indicaciones para conseguir hacerse con la mercancía. Una operación desglosada en fases imposibles de trastocar, si no, la autoritaria voz sintética repite sin parar «Deposite el producto sobre la balanza. Escanee el código de barras» hasta que obedecemos. Impresión de que la máquina se pone cada vez más nerviosa, que le parecemos nulos e incompetentes. Hoy, como la voz no me ha llamado la atención, por vanidad de buena alumna, tengo al final la sensación de haber

hecho un deber con cero faltas.

Cada vez más convencida de que la docilidad de los consumidores no tiene límites.

viernes, 7 de diciembre

20h45. En el centro comercial, las tiendas han cerrado desde hace tres cuartos de hora. Algunas, como la farmacia, han echado la persiana. Otras tienen en el escaparate, apenas iluminado, una especie de velo metalizado que deja entrever sutilmente la vitrina. Las luces de Navidad están medio apagadas, con las falsas calles en semipenumbra. Las personas con las que me cruzo tienen un aire espectral. Más que otras veces cuando acudo tarde a Alcampo (lo único que queda abierto, junto con el McDonalds y el Flunch), sentimiento de desolación. Se ha esfumado la magia hasta el día siguiente por la mañana. Pienso en una novela inquietante de Jon Raymond, *Young Bodies*, en la que una chica y un chico se quedan encerrados una noche entera en una tienda de un centro comercial sin poder salir sin que salte la alarma.

Toda la luz se ha refugiado en el híper, bastante vacío. En el espacio de la parafarmacia, la vendedora me empaqueta el champú y me cobra sin interrumpir su llamada por teléfono. Cuando cae la noche y se acerca la hora del cierre, se produce una especie de relajamiento autorizado, de flema cansina en la actitud del personal.

Las estanterías están imperceptiblemente desordenadas. Con agujeros. Ya no queda azúcar glas. Palés medio vacíos. Impresión de llegar al banquete después de que se hayan marchado los invitados.

Como de costumbre, me doy cuenta de que la clientela de última hora de la tarde, más joven, más diversa étnicamente, contrasta con la del resto del día. La hora de las compras segrega a las poblaciones del híper. La primera hora de la mañana es el momento de las parejas de jubilados, lentos y bien organizados con sus bolsas de la compra dentro del carrito, su talonario, del que arrancarán con sumo cuidado un cheque en la caja, sin olvidarse de apuntar en el talón la cantidad pagada.

A media tarde, hay muchas mujeres solas (de cierta edad o acompañadas por niños) que hacen la compra con carros de tela

impermeable, señal de que han venido a pie o en autobús porque no saben conducir o no tienen coche.

A partir de las 17h, afluencia de gente que sale del trabajo. Un ritmo rápido, atropellado, se apodera del espacio. Escolares con sus madres. Alumnos de instituto. Entre las 20h y las 22h, estudiantes universitarios y, menos habituales en otros momentos del día, mujeres con hábitos largos y velos aparentes siempre acompañadas por un hombre. ¿Escogen esas parejas la última hora de la tarde por comodidad o porque se sienten menos observadas en esa franja horaria de escasa afluencia?

Hay personas, poblaciones, que no se cruzarán nunca.

El periódico municipal me informa de que en el conjunto del territorio de Cergy están representadas 130 nacionalidades. De hecho, en ningún otro sitio se mezclan tanto como en el centro comercial de Les Trois-Fontaines, en Alcampo. Aquí es donde nos acostumbramos a la presencia cercana de los unos y los otros, movidos por las mismas necesidades esenciales de alimentarnos, vestirnos. Lo queramos o no, aquí nos constituimos en una comunidad de deseos.

Desde hace quince años, cuando voy a un lugar, no me fijo en la presencia de las «minorías visibles», sino en su ausencia.

miércoles, 12 de diciembre

El *parking* del centro comercial se hizo de pago hace quince años a causa de los usuarios del RER que aparcaban allí todo el día e impedían que los clientes pudieran estacionar. Pero, y nos lo recuerdan por todas partes, tenemos dos horas y media gratuitas. Si entrar suele llevarse a cabo sin incidentes (basta con una presión en el botón de una máquina para que te expendan un tique), salir a veces cuesta más, o porque se ha superado el tiempo gratis o porque de repente se estropea el sistema, algo de lo que siempre se acusa al primer automovilista que se queda bloqueado. Para no pagar, algunos gorrones se pegan al coche precedente cuando se levanta la barrera (lo mismo que algunos camioneros en ciertos peajes de la autopista). A última hora de la tarde es fácil encontrarse con las barreras de la salida levantadas, quizá para evitar que las rompan deliberadamente.

Los hombres y las mujeres que me abordaban en el *parking* para pedirme un euro han desaparecido. Cada vez hay más indigentes en la sociedad pero cada vez menos merodeando por el centro comercial, a excepción de dos sitios que no forman parte del terreno privado del centro:

junto a la entrada oscura, en la ampliación situada entre el muro ciego tras el que se encuentra Alcampo y el edificio de la caja de ahorros, una parte de la cual se ha trasformado en biblioteca universitaria. De hecho en esa pared de la biblioteca es donde se sientan en cuanto sale el sol, mirando pasar a la gente, muy numerosa en esta gran losa de hormigón que conecta la Delegación del Gobierno, la estación del RER y la de autobuses, Correos, etc. con el centro comercial

delante de la entrada que desemboca en una calle peatonal animada, bordeada por *boutique* independientes, algunas bajo unos soportales que resultan un buen refugio. Es el espacio de la mendicidad pero también el de la recogida de firmas para causas más o menos creíbles, inevitablemente acompañadas de una petición de donación.

En el centro hay varias escaleras mecánicas de doble sentido entre los distintos niveles, y una larga cinta transportadora que permite el acceso con el carrito. Dentro del híper hay otras escaleras que permiten comunicar ambos niveles, pero con dos de subida y una sola de bajada. En esos momentos en que nos encontramos obligados a permanecer inmóviles unos detrás de otros, entre personas que suben y personas que bajan, se cruzan las miradas, nos observamos detenidamente con curiosidad, como en una estación los viajeros de dos trenes que circulan despacio en sentido inverso.

¿De qué forma estamos presentes los unos para los otros?

En ciertos momentos me veo como una superficie lisa en la que se proyecta la gente y los carteles suspendidos sobre nuestras cabezas.

martes, 18 de diciembre, por la tarde

Muchedumbre muy densa ya en la entrada del centro comercial. Un zumbido inmenso que apenas deja pasar la música. En la cinta transportadora, bajo el lucernario, ascendemos hacia las guirnaldas

y las luces que cuelgan como collares de perlas preciosas. La mujer joven que está delante de mí con una niña en un cochecito levanta la cabeza, sonríe. Se inclina hacia la niñita «¡Mira las luces, amor mío!».

Al salir de Alcampo, un anciano, doblado en dos y perdido en un impermeable demasiado grande, avanza lentamente con un bastón arrastrando unos zapatos deformados. Se le cae la cabeza sobre el pecho, solo le veo el cuello, en la mano que le queda libre lleva una cesta de la compra prehistórica. Me conmueve como uno de esos escarabajos admirables que desafían los peligros de un terreno extraño en busca de alimento.

2013

lunes, 7 de enero

Muñecas y juguetes amontonados en un gran cubo de tela, rebajados al 50 %. Nada manifiesta mejor su función de *símbolo* de las fiestas. Una vez pasadas, las Barbies y las Kitty siguen siendo las mismas, solo han perdido su valor festivo. Nadie rebusca en esa basura de juguetes nuevos. Sin embargo, podría encontrarse a un precio más bajo una muñeca, un traje de superhéroe, de regalo para un cumpleaños, o incluso para las próximas Navidades. La recalificación de un juguete como objeto de desecho tira para atrás. La gran distribución es la que impone la ley de nuestros deseos. Hoy el roscón de reyes y el textil para el hogar, desde la funda de edredón al trapo de cocina, constituyen el programa de apetencias.

Hay personas, a menudo muy jóvenes, que hablan solas frente a los estantes, dialogan en voz alta con la mercancía. Expresando su opinión o su descontento a propósito de un producto, sabiendo que los clientes de al lado están pegando el oído. Satisface saber que alguien te escucha. En este caso, una señora menuda que contempla las latas de sardinas se gira hacia mí, se echa a reír: «¡Las sardinas picantes no es lo mío!». Le devuelvo la sonrisa. Vaga manera de darle a entender mi acuerdo implícito sobre sus razones para ser prudente pero también mi intención de no seguir con la conversación. Me escabullo al verme convertida en testigo de su vida. No obstante, esos deseos de comunicar que me dirigen los desconocidos me conmueven inexplicablemente.

Aprovecho que el espacio del Súper Discount está desierto para hacer fotos con el móvil de los carteles de prohibición. Apenas tengo tiempo de hacer una, un hombre surge junto a mí. Por su placa de identificación, sé que es personal de seguridad.

«No tiene derecho a hacer fotos en la tienda, está prohibido.

—¿Por qué?

—Está prohibido. Es el reglamento.

—Estoy haciendo un reportaje.

—Entonces tiene que pedir permiso a la dirección».

No lo haré. Quiero seguir con mi papel habitual, el de clienta, sin llamar la atención.

martes, 22 de enero

En la sección de accesorios para automóvil, desierta, un niñito negro juega con una gran caja de cartón que se encuentra tirada en medio del pasillo. He querido hacerle una foto. Luego me he preguntado si no había algo de colonialismo pintoresco en ese deseo mío.

Curiosa impresión de que aquí no transcurre el tiempo, que es un presente que se repite una y otra vez. Que no hay Historia. Hasta la memoria permanece muda. Solo cuando me encuentro fuera de este lugar, en mi casa, transcribiendo todo esto, recuerdo escenas vistas en otros sitios, en otros supermercados, en otras épocas.

Carrefour, Annecy. Principios de los años 1970. Era invierno, por la noche, en la sección de las bebidas. Unos tipos, dos o tres, se encaraban con una chica sola. Uno de ellos se reía: «¡Te digo que no puede ser mío!». Y los otros se tronchaban. Ella no, seria y sonrojada, frente a esa obscena denegación pública de paternidad. A su drama, puesto que el aborto legal no existía. Ese día pensé por primera vez que aquel hangar sin gracia contenía historias, vidas. Me pregunté por qué los supermercados nunca estaban presentes en las novelas que se publicaban, cuánto tiempo necesitaba una realidad nueva para acceder a la dignidad literaria.

Hipótesis, hoy:

1) los supermercados están relacionados con la subsistencia, cosa de mujeres, y durante mucho tiempo han sido ellas las usuarias principales. Y lo que entra en el ámbito de la actividad más o menos específica de las mujeres es tradicionalmente invisible, no se tiene en cuenta, como, por otra parte, el trabajo doméstico que realizan. Lo que no tiene valor en la vida no lo tiene tampoco para la literatura.

2) hasta los años 1970, los escritores, tanto mujeres como hombres, eran mayoritariamente de origen burgués y vivían en París donde las grandes superficies no estaban implantadas. (No veo a Alain Robbe-Grillet, Nathalie Sarraute o Françoise Sagan haciendo

compras en un supermercado, a Georges Perec sí, pero puede que me equivoque).

lunes, 4 de febrero

En junio de 1978, pasé un mes sola en el campo. El mismo día de mi vuelta a Cergy, tras constatar que la despensa y el frigorífico estaban vacíos, me dirigí a Les Trois-Fontaines. Justo cuando franqueaba la puerta 6, pensé sorprendida que había echado de menos ese sitio y que volvía a verlo con una extraña satisfacción. Era como una extensión de mi universo íntimo, del que me había sentido privada sin ser consciente de ello.

A menudo me he precipitado a un centro comercial para olvidar la insatisfacción de la escritura, mezclándome con la muchedumbre de compradores y paseantes. Hoy era lo contrario. He ido a Alcampo a media tarde después de haber trabajado provechosamente desde por la mañana en el libro que estoy escribiendo. Como para llenar el vacío que supone en un caso así el resto del día. O como recompensa. Para desocuparme, literalmente, de mi ocupación de escritora. Para distraerme, sin más. Quizá así es como mejor puedo acercarme al placer de los demás en este lugar, de los jóvenes que deambulan por aquí sin más finalidad que la de comprarse un paquete de patatas fritas, de las madres que han venido en autobús a pasar la tarde antes de la salida de la escuela, de todos los que vienen, como antes al centro de la ciudad, a *dar una vuelta*.

En el nivel 2, una mujer de unos cincuenta años me ha abordado con una sonrisa y algo avergonzada. «¿Es usted Annie Ernaux?». No me acostumbro a oír esa pregunta, como si tuviera que endosar una falsa identidad sin traicionar la impostura. Ha leído varios libros míos y me escribió hace quince años. Acaba de publicar una novela autobiográfica y la *Gazette du Vald'Oise* le ha consagrado un artículo. Le ha sorprendido verme aquí, le horroriza Alcampo, no viene nunca. Le digo que yo lo hago a menudo, que me gusta. Se despide después de prometerme que me enviará su libro.

He tenido que bajar al nivel 1 para recobrar mi tranquilidad de clienta anónima. Cruzo el espacio de la librería. En un pequeño banco apenas visible tras un tabique que lo separa de un mostrador de «Información» desierto, una joven, vestida a la moda, está sumida en la lectura de un libro del que no veo el título. A su lado un niño lee un cómic. Me encanta ver que están sentados justo debajo del cartel de prohibido leer.

La prohibición se infringe con total serenidad en el espacio de la prensa, bien provisto, aunque no se vende el vespertino *Le Monde* por la tarde como en el resto de los quioscos de Île-de-France, sino al día siguiente por la mañana. Hojeo distintas revistas. Una mujer lee *Oulala!*, un joven *10 Sport* y otro *La Gazette des transferts*, una chica *People*. Aparte, un hombre se encuentra absorto en la lectura de una publicación científica. El revistero de los diarios, *Le Parisien, Libé, Le Figaro,*
L'Équipe
está casi vacío a esta hora del día. Las portadas de algunas revistas están arrugadas. El álbum *100 Photos pour la liberté de presse* presenta las huellas de una manipulación reiterada. Alcampo se preocupa más por los caramelos sustraídos en el Súper Discount que de la prensa deteriorada.

Este sitio me resulta agradable, silencioso, casi secreto de puro invisible, al fondo de la tienda junto a una reducida sección de jardinería. Espacio de reunión de una comunidad de lectores.

jueves, 7 de febrero

Las cuatro y media. Junto a la entrada de Alcampo, me han adelantado dos chicas, una gordita, vestida de gris, con el velo a juego, la otra esbelta, con velo negro y botas negras. Vuelvo a encontrarme con ellas en la sección de higiene y belleza, conversando animadamente delante de las lacas de uñas. Hasta cierta edad, las chicas nunca van solas a comprar maquillaje ni a los servicios.

En la caja, una mujer coge sus artículos escaneados y los mete en las bolsas de plástico Alcampo con una lentitud que nos parece calculada. Señala a la cajera que acaba de rompérsele una de las

bolsas y le pide que se la cambie. La cajera tiene que ir a buscar otra. Va pasando por detrás de los clientes de la fila, vuelve sin darse prisa. Seguimos en silencio sus actos y sus gestos. Consciente de la tensión, la cajera ayuda a la clienta a traspasar los artículos de la bolsa agujereada a la nueva. Hay una atmósfera palpable de reprobación a una persona que se permite *tomarse todo su tiempo* sin pensar en el de los demás. Que se salta las reglas implícitas de un civismo consumidor. De un código de buena conducta que oscila entre los derechos (a rechazar el artículo defectuoso, a verificar el tique de compra) y los deberes (no colarse en la fila, dejar pasar a una persona embarazada o minusválida, ser educado con la cajera, etc.).

La agitación en todos los sentidos que recorre las grandes superficies se detiene bruscamente en las cajas. La cola, nasa de la que es imposible salir (salvo si se quiere correr el riesgo de cambiar de fila y encontrarse en otra aún peor), nos obliga a permanecer inmóviles. En los pasillos del híper, las personas eran *presencias* con las que nos cruzábamos y a las que apenas veíamos. En las cajas es donde se individualizan.

El paso por caja constituye el momento más cargado de tensiones e irritaciones. Frente a la cajera cuya rapidez o lentitud calculamos a toda velocidad. Frente a los clientes que:

tienen carritos repletos (pero no más que el nuestro)

no han visto que falta el código de barras en un artículo y van a tener que volver a la estantería para cambiarlo por otro

sacan el talonario de su bolso, anunciando un ritual de gestos: arrancar el cheque con extrema precaución, comprobar que se tiene el carnet de identidad, escribir en el dorso del cheque el número de carnet, firmar el cheque, entregarlo, adiós y gracias, unas gracias que parecen intolerables, la gota que colma el vaso de la espera excesiva.

El tiempo de espera en la caja es cuando más próximos nos encontramos unos de otros. Observados y observadores, oídos y oyentes. O simplemente captándonos de manera intuitiva, flotante.

Exponiendo, como en ninguna otra parte de manera tan evidente, nuestra forma de vivir y nuestra cuenta bancaria. Nuestras costumbres alimenticias, nuestros intereses más íntimos. Hasta nuestra estructura familiar. Los productos que depositamos en la

cinta dicen si vivimos solos, en pareja, con un bebé, con hijos pequeños, con animales.

Exponiendo nuestros cuerpos, nuestros gestos, nuestra destreza o nuestra torpeza, nuestro estatus de extranjero cuando pedimos ayuda a la cajera para contar las monedas. Nuestra preocupación por los demás, colocando el separador de caja detrás de nuestras mercancías para el cliente siguiente, colocando la cesta, una vez vacía, encima de las demás.

Pero, en el fondo, dándonos igual exponernos puesto que no nos conocen. Y la mayor parte del tiempo tampoco nos hablan. Como si fuera descabellado entablar conversación. O simplemente impensable para algunos, con su aire de estar ahí sin estar, para dar a entender que están por encima del grueso de la clientela de Alcampo.

miércoles, 13 de febrero

15h. Día de descanso en las escuelas, pandillas de chicas cuyas risas se oyen de una sección a otra. Me doy cuenta de que una de ellas, muy maquillada, exhibe un color de labios rosa fuerte a juego con los cordones de sus zapatos.

En el espacio temporal, se han instalado mesas donde dibujan unos niños. El comienzo del año de la Serpiente tuvo lugar el domingo pasado y Alcampo aprovecha el acontecimiento proponiendo una «semana china» con «animaciones», escritura de ideogramas, etc.

Mientras cojo unas bolsas de pienso para mis gatos, un hombre de pelo canoso me dirige la palabra:

«Tengo un perro de seis meses, ¿puedo darle ya comida de lata?

—No tengo perro pero pienso que sí. No, esas no (me enseña las latas senior), tiene que darle las junior».

Le cojo de la estantería un lote de cuatro latas. Las mira y vuelve a dejarlas en su sitio.

«Muchas gracias. Fueron mis nietos lo que se empeñaron en tener un perro. ¡Se les coge cariño!, ¿verdad?».

Sonríe, da unos pasos a mi lado. El deseo de decir a una mujer desconocida que tiene un perro de seis meses, solo eso. Me he fijado en que, de todas las secciones, la de los animales es la que suscita el

mayor deseo de hablar.

En la cola de la caja, una mujer acompañada por dos niños reconoce a otra que también va con dos niños, la llama. La otra exclama «Pues ya nos quedamos aquí, ¡para qué vamos a ir más lejos!», sobreentendiendo a otra caja. Los cuatro niños se entretienen juntos, las madres charlan, evocan el Nuevo Año chino muy excitadas (no son asiáticas): «¡En la escuela les han dado comida china!». ¿Es la escuela la que educa o el híper? Puede que los dos.

Lista encontrada en un carrito escrita con bolígrafo:

—escarola
—harina
—jamón, taquitos de beicon
—queso rallado, yogures
—Nescafé
—vinagre

La he comparado con la mía

—Ricoré
—lenguas de gato
—mascarpone
—leche, nata fresca
—pan de molde
—gato (latas y croquetas para).
—post-it

El hipermercado contiene alrededor de 50 000 referencias alimenticias. Considerando que utilizo alrededor de 100, quedan 49 900 que desconozco.

miércoles, 20 de febrero

En el interior de Alcampo la circulación es fluida, sin embotellamientos ni colisiones de carritos (he apuntado: sus «conductores», como los de los coches, no se miran). Unos niños arrastran unas cestas de ruedas casi tan grandes como ellos.

En el espacio de los congelados, entre las promociones, una

pizza Buitoni: «Suprema de carne» a 3,99 euros, así que el viejo truco del céntimo de menos que rebaja el precio a la unidad inferior sigue funcionando. Puede que el hipermercado esté liquidando los platos a base de carne, a raíz del caballo que ha sido vendido como buey y que está escandalizando a la opinión pública.

Me he puesto en una cola que desemboca en dos cajas. En un momento determinado, hay que escoger entre dos cajeras que trabajan espalda contra espalda. Proceder a un cálculo sutil que combine la velocidad supuesta de cada una de las cajeras y el número de artículos del cliente que tenemos delante. Hoy, al ver que la cajera de la izquierda da la vuelta al artículo que tiene entre sus dedos y mira por encima de las gafas para teclear el código, apuesto por la otra, una joven negra con una cinta negra que le ciñe la frente con gracia, aunque el carrito de la clienta que me precede en esa caja esté muy cargado. La señora en cuestión, de unos sesenta años, está animada por el deseo del orden metódico. Deposita un paquete de pasta en la cinta, lo desplaza, remueve todo para colocar ciertos artículos antes que otros. Resopla en repetidas ocasiones, como apesadumbrada por la dificultad de su tarea. Que fracasa: sus artículos se quedan esparcidos por toda la cinta, imposible colocar los míos. Coge una bolsa grande, resistente, de plástico rojo, la sacude con fuerza para abrirla, pasa del otro lado de la cajera para recuperar su mercancía. Lo mete todo con repentina destreza, paga con tarjeta. Percibo en su expresión el alivio de la misión realizada correctamente. No era un carrito de mujer sola.

Los súper y los híper siguen siendo una extensión del ámbito femenino, la prolongación del universo doméstico cuyo buen funcionamiento garantizan ellas, recorriendo los estantes con, en la cabeza, todo lo que *falta* en armarios y frigorífico, todo lo que deben comprar para contestar a la pregunta reiterada, qué vamos a cenar esta noche, mañana, la semana entera. Ellas, siempre más poseedoras que los hombres de una competencia culinaria que hace que escojan sin dudar los productos según el plato que haya que preparar, mientras que ellos, plantados, perdidos frente a una estantería, piden socorro, con el móvil pegado al oído «Oye, ¿qué harina tengo que coger?».

Diálogo en la emisora de radio France Inter, hace unos años,

entre dos periodistas masculinos, treintañeros:

«Tengo el frigo siempre lleno, ¡me lo llena mi madre!

Ja, ja, sí, así es, ¡siempre pasa lo mismo!».

Y se reían satisfechos. Por seguir siendo, de alguna manera, unos bebés.

jueves, 28 de febrero

El salpicadero de mi coche indica 3º en el exterior. Ese placer de sentirse envuelta por el calor nada más franquear la puerta 2 del centro comercial, de moverse en una atmósfera uniformemente templada, algo así como bajar de un avión con destino El Cairo procedente de París. Olvidados el barro y el frío, el ambiente gris, el tráfico. Andar más despacio, dejarse llevar por la tibieza. Perder la noción de la hora que no indica ningún reloj. Unas chicas van vestidas con muy poca ropa. A los niños les han quitado la parka, doblada en el cochecito. Es el paseo veraniego en pleno invierno.

El recuerdo de mi asombro al entrar por primera vez en el centro a mediados de los años 1970. Vagar protegida de la lluvia y de los coches por los pasillos limpios y luminosos, ensordecidos entonces por una moqueta, entrar a mi aire en *boutique* sin puerta, hojear libros en Le Temps de vivre, dejar sin miedo que los niños correteen por todas partes. Sentía una secreta excitación por encontrarme en el corazón mismo de una hipermodernidad cuyo fascinante emblema era, para mí, este lugar. Se trataba de algo así como una promoción existencial.

Hoy me fijaba en la gente deambulando lentamente por delante de los escaparates que casi ni miran. Dos mujeres estaban sentadas en el banco situado frente a la escalera mecánica entre C&A y una *boutique* cara donde venden cosas de Karl Lagerfeld. ¿Acaso venir al centro no significa, de alguna manera, verse admitido en el espectáculo de la fiesta, sumergirse realmente, y no a través de una pantalla de televisión, en las luces y la abundancia? Valer tanto como las cosas. En este sitio podemos sentirnos desorientados, a disgusto, pero nunca *degradados*.

jueves, 14 de marzo

En la caja de Alcampo, delante de mí, una mujer cuyo rostro parece obstinadamente vuelto hacia la cajera. Veo solo el velo de color verde y plata que le cae desde la raíz del pelo hasta la parte inferior de la espalda. No saca los artículos de la cesta, espera a que los de la clienta precedente hayan sido registrados antes de colocar los suyos en la cinta. Solo una bolsa de 10 barras de pan y varios paquetes de pasta Panzani. Sus gestos no son lentos pero sí imperceptiblemente pausados, indecisos. Abre un monedero, saca un billete, unas monedas, que deposita en la cinta. La cajera cuenta las monedas, reclama otra, y otra más. Tarda un poco. Se va, con la pesada bolsa de barras de pan en la mano. No ha dicho una palabra durante toda la transacción. He pensado en el trago que tenía que suponer para ella ir, sola, a Alcampo, y que todos los velos del mundo no le bastaban para soportarlo.

Me toca. Como de costumbre, la cajera se asoma para verificar si he vaciado bien el contenido del carrito en la cinta. Dentro he dejado *Le Monde*, que no he comprado en la zona de prensa de Alcampo sino en el quiosco de periódicos del centro. La cajera me llama enseguida la atención. Digo que no lo he cogido en la tienda y, creyendo justificarme, añado, con una osadía de la que no soy consciente, que ese número aún no está a la venta en Alcampo, que hasta mañana por la mañana no lo tendrán. Como si fuera cosa de la cajera verificar la fecha de *Le Monde*. Me repite que todo lo que se compra fuera de la tienda debe meterse en una bolsa de plástico a la entrada. «Hágase cargo, si hay un control, el marrón me cae a mí. No paran de echarnos la bronca, vamos de mal en peor».

Acaba de ponerme en mi sitio por no haberme puesto yo en el suyo. Su «de mal en peor» me obsesiona. Entre los 7 millones de trabajadores pobres en Francia, una buena parte son cajeras.

En el lenguaje de la gran distribución, la «producción de una cajera» es el número de artículos escaneados por minuto. 3000 por hora es un buen promedio.

lunes, 25 de marzo

10h. Cuando el híper está casi vacío, como esta mañana, sensación alucinante de exceso de mercancías. El silencio mortal de las mercancías hasta donde alcanza la vista. Los clientes parecen

moverse lentamente, como sumidos en una especie de torpor, el que se desprende de una visión casi irreal del amontonamiento de alimentos y objetos. O sencillamente es gente que tiene todo el tiempo del mundo los lunes (trabajadores que libran ese día) o bien todo el tiempo del mundo a secas, los jubilados.

El carrito que he cogido a la entrada del nivel 2 rueda mal. Me doy cuenta de que está abollado por un lado, la cadena que sirve para atarlo a otro carrito está arrancada. Es un carrito que probablemente habrá viajado fuera del *parking*, que habrá servido para alguna mudanza o para jugar a los autos de choque, etc. Es increíble todo lo que puede hacerse con un carrito. No entiendo por qué la gente no se los lleva más, por un euro, es una ganga. Con más o menos maña, intento controlar este.

Sorpresa, el espacio de la prensa ha emigrado al nivel 2, detrás de la ropa de casa, junto a una entrada y a una línea de cajas, un lugar más visible que antes pero también más expuesto. Ahora es una especie de *hall*, amplio, muy luminoso, con periódicos y revistas bien colocados a lo largo de los dos tabiques situados frente a frente. Ninguna posibilidad de sentarse, ni siquiera sobre las pilas de periódicos. Todo parece concebido para hacer de este espacio un lugar inhóspito, para disuadir a la gente de quedarse aquí, a hojear, a leer. De hecho, no hay nadie.

Huevos de pascua a raudales. Ya. Se me había olvidado. Las grandes superficies no se olvidan de nada. Los bañadores están, sin duda, en las cajas, a punto de ser desembalados, como los regalos para el Día de la Madre. Las instancias comerciales abrevian el futuro y hacen que el pasado de la semana anterior caiga en el olvido.

Un tipo con abrigo, calvo, con gafas, canturrea, con una bolsa de plástico en la mano.

Me doy cuenta de que nunca hay música en el interior de Alcampo. Quizá para no entrar en disputa con la del centro, apenas perceptible. Me da por sentir esa ausencia, esas canciones que, de repente, vienen a refrescar la memoria y a hacernos felices, inexplicablemente, justo en el momento de coger un *pack* de agua mineral. Una vez en Leclerc, era Dalida, *Come prima*.

miércoles, 3 de abril

En el nivel 1 de Alcampo han puesto la «Feria de primavera del vino» en el espacio de promociones de temporada. Sobre todo, hombres solos. Detrás de los vinos, otra promoción, dos paneles perpendiculares de calzado femenino de colores ácidos, verde, rojo, rosa, y, colocados aquí y allá, como en un salón, unos pufs para sentarse y poder probarse tranquilamente. Esa «invitación» (ese parece ser el concepto) tampoco surte efecto.

Nivel 2, alimentación, me da la impresión de que los carteles amarillos de las ofertas son cada vez más deslumbrantes. Siguen con los mismos cálculos en las bandejas de carne, cerdo a menos de un euro por persona. Una vez hecha la verificación, el individuo en cuestión come unos

110 g,

lo que, en el plato, una vez descontados los desperdicios, se queda más o menos en

80 g.

Echo rápidamente las cuentas: una familia de cuatro personas que coma a diario esa exigua porción gastaría, con todo, 120 euros al mes. En eso consiste el arte de los híper, en hacerte creer que son una institución benéfica.

Hay decenas de bolsas con huevos de Pascua rebajadísimas, apiladas en cubos especiales para los saldos. Un montón vagamente repugnante que no atrae a nadie. La festividad fue hace tres días.

Una mujer ocupa el pasillo de los productos lácteos con un cochecito doble girado hacia el exterior: unos gemelos muy guapos de ojos vivos que siguen con la mirada a todo el mundo.

En la caja, donde hay bastante cola, una clienta con una cesta de ruedas me deja pasar. Como rechazo su ofrecimiento (¿tan cansada parezco? ¿tan vieja?), me sonríe diciéndome que me conoce como escritora. Intercambiamos unas palabras sobre el establecimiento, sobre los niños, que acuden en gran número los miércoles. Al dejar los artículos en la cinta pienso con cierto malestar que va a fijarse en lo que he comprado. Cada producto adquiere de repente un significado muy pesado, revela mi modo de vida. Una botella de *champagne*, dos botellas de vino, leche fresca, emmenthal bio, pan de molde sin corteza, yogures Sveltesse, croquetas para gatos

esterilizados, mermelada inglesa con jengibre. Me siento observada a mi vez, como un objeto más.

viernes, 5 de abril

Las 12h. Espacio de prensa en Alcampo. No me acostumbro a los lugares donde se venden los periódicos sin que haya un quiosquero capaz de decirnos donde se encuentra la revista que estamos buscando. A falta de poder encontrar *La Quinzaine littéraire*, cojo *Le Monde* de la tarde del día anterior.

Nadie, tampoco, en la caja automática donde una chica parece perdida, se pone nerviosa, no sabe dónde colocar los productos que saca de la cesta, acaba con un ataque de pánico al ver todas las miradas puestas en sus gestos mientras la terrorífica voz de síntesis ordena y repite en bucle: «Coloque sus artículos en la balanza». Como si estuviera tratando con una persona retrasada. Por un vuelco desconcertante, la máquina parece inteligente y los humanos tontos. Tampoco me acostumbro a este sistema. Ahora podemos entrar y salir de una gran superficie como en los hoteles Fórmula 1, sin una palabra ni una mirada a los demás.

Cerca de un tercio de las cajas ya son automáticas, agrupadas de cuatro en cuatro o de seis en seis, y solo necesitan la presencia de un empleado encargado de la vigilancia y del buen funcionamiento de la máquina. Durante el día, las cajas tradicionales en funcionamiento son dos veces menos numerosas. La desaparición de las cajeras progresa.

viernes, 12 de abril

En un pasillo me cruzo con una mujer que lleva el pelo oculto bajo un velo negro del que sobresale una banda blanca igual que las tocas de las monjas de mis tiempos jóvenes, esas hermanitas que suscitaban nuestras burlas, no tanto por su vestimenta como por el voto de castidad perpetua, que nos parecía una insensatez (¡ni un hombre! ¡nunca! ¡imposible!). Nada comparable con la mujer del velo, quizá consagrada a Dios pero también a un hombre (hay uno junto a ella), y eso lo cambia todo. A menos que Dios y el hombre

sean uno. Pero también en eso, en la escala del placer, la musulmana velada sale ganando. ¿Y en la de la libertad? Pero ¿cómo evaluar algo así? ¿Y por qué sería asunto mío? ¿Por qué su libertad debería atormentarme más que la del resto de las mujeres? En su lugar, me sentiría orgullosa de despertar tantos interrogantes, a los que, por otra parte, los medios de comunicación nunca les dan la oportunidad de responder.

martes, 23 de abril

15h50. Los jóvenes han renunciado al nuevo espacio de prensa. Tan solo un hombre parado en la sección donde abundan los crucigramas y una mujer cogiendo un ejemplar de *60 Millions de consommateurs*.

En los artículos de limpieza, tres jóvenes negros, con las caras muy juntas, se ponen de acuerdo delante de las distintas marcas de detergente. Me aguanto las ganas de aconsejarles.

Una señora, dos crías, un adolescente y una mujer mayor, quizá la abuela, recorren el pasillo del papel higiénico y del papel de cocina, uno tras otro con paso decidido, sin carrito. La más vieja, a la zaga, protesta «¡Qué grande es este establecimiento!».

Su observación me sorprende. Apropiarse de un sitio supone dejar de fijarse en sus dimensiones. La costumbre ha borrado en mí la realidad de la superficie (varios miles de m2) de Alcampo. Realidad que está grabada en mi cuerpo puesto que prefiero renunciar a un artículo que se me ha olvidado en la otra punta antes que volver sobre mis pasos.

miércoles, 24 de abril

Un edificio de ocho pisos se ha derrumbado cerca de Dacca, en Bangladesh. Habría al menos 200 muertos. Unos talleres de confección tenían trabajando allí a 3000 obreros para las marcas occidentales. Hace tiempo que estos detalles se han vuelto superfluos.

martes, 30 de abril

Ante la entrada de Alcampo en el nivel 1, en la parte inferior de la cinta transportadora central de doble sentido, hay un espacio arreglado como una salita de espera, con unos asientos de escay marrón colocados uno contra otro como los sofás de dos plazas. Casi nunca están vacíos, ocupados a menudo desde primera hora de la mañana por viejos inmigrantes magrebíes. Ahí sentado, se puede observar detenidamente el *ballet* de los clientes que entran y salen, las idas y venidas del vigilante (un coloso negro) que recorre a zancadas, en el exterior, toda la línea de cajas, al acecho de posibles incidentes, generados sobre todo por la prohibición de entrar con mochila o productos comprados en otros sitios, que hay que precintar en un embalaje de plástico con una máquina selladora de lo más caprichosa. Igual que en la terraza de un café, pero gratis, se puede ver desfilar a la gente y observar su agitación. *Perderse* en su contemplación.

Esta tarde, un hombre duerme ahí la mona, con un bastón inglés apoyado en el brazo del sillón. Dos mujeres están charlando.

lunes, 6 de mayo

Impresión de que hay ciertos productos que no se compran nunca, pasillos que nunca se recorren, ni siquiera a otras horas.

Por el contrario, siempre hay afluencia ante los montones de latas de una farmacopea heteróclita, ortosifón, jalea real, colágeno marino (?). Me fijo en un hombre que contempla un anuncio. Leo QUEMAR GRASAS; ELIMINAR LA RETENCIÓN DE LÍQUIDOS; ACABAR CON ESOS KILOS DE MÁS. Me imagino su cuerpo exudando agua por todos los poros de su piel, consumiéndose. Esta sección, bien situada, justo en el paso de un ala a otra en el nivel 2, es el complemento de las demás sobrecargadas de alimentos, cura para la culpabilidad de comer demasiado.

Tras acabar las compras, me dirijo al espacio librería para comprar un regalo, *Deux vies valent mieux*
qu'une
de
Jean-Marc

Roberts. Lo busco sin muchas esperanzas en el expositor de mejores ventas que ocupa tres metros con solo diez títulos, como si solo hubiera que leer esos diez libros, como si fueran forzosamente los mejores. Están Mac Lévy, Françoise Bourdin, Laurent Baffie, Régine Deforges y, sorpresa, Roberts, pero se trata de una americana de nombre Nora. Tampoco está en las mesas donde aparecen esparcidos, en perfecto desorden, novelas, ensayos, biografías. Algunos libros están deteriorados. Un hombre (quizá el responsable de la sección, nunca lo había visto antes) se dirige hacia una especie de consola con aire atareado, abre un registro, apunta. Impresión de que voy a molestarle en sus cuentas al reclamar un libro que no he encontrado. Triste y humillada de antemano por una respuesta evasiva, que no, que no lo tienen. Como si buscara un producto que no ha existido nunca.

Después de todo, poner un libro en la cinta de la caja me molesta siempre, como un sacrilegio. Sin embargo me encantaría ver uno de los míos, extirpado de un carrito, entre una barra de mantequilla y unos pantis.

viernes, 10 de mayo

16h30. El día de la Madre está anunciado por todas partes en el centro comercial. En Alcampo hay un espacio reservado para la ocasión lleno de robots de cocina, aspiradores, cafeteras (es lo que se lleva, según parece), perfumes, etc.

Coincide con las vacaciones escolares y está todo lleno de mujeres con carritos y niños. Me imagino la fila impresionante que formarían todas esas madres dispersadas aquí con sus carritos y sus niños, reducidas a la subsistencia y a la cría. Visión prehistórica.

miércoles, 15 de mayo

El balance del derrumbe del Rana Plaza en Bangladesh es de 1127 muertos. Entre los escombros se han encontrado etiquetas de las marcas Carrefour, Camaieu y Alcampo.

jueves, 27 de junio

El largo cartel desplegado encima de la entrada 2 del centro comercial anuncia en lo alto REBAJAS. Debajo, el rostro de una mujer de unos treinta años en primer plano, y detrás, los de un hombre y un niño. No ha cambiado nada desde los tiempos de *Au bonheur des dames*, las mujeres siguen siendo el principal objetivo, consentidor, del comercio.

Para evitar las aglomeraciones he escogido venir a hacer las compras a Alcampo después de que cierren el resto de las tiendas, a las 20h. A pesar de todo, gran afluencia en los pasillos de alimentación y de limpieza donde las rebajas consisten en proponer el mismo producto en cantidades importantes. Una mujer empuja un carrito lleno del que sobresalen varios paquetes voluminosos de papel higiénico en equilibrio, 50 rollos por lo menos. Lógica inapelable de la acumulación: «Siempre hace falta un guisante en casa» decía un viejo anuncio, y siempre hace falta papel higiénico, champú, aceite, leche pasteurizada, etc. Los relatos y películas de hambruna son insoportables.

Sorpresa (principio del híper, provocarla constantemente), los artículos de la próxima vuelta al cole han hecho su aparición en el espacio temporal. Una niñita sentada en el suelo despliega un mapamundi. En el nivel 2, es «la semana oriental», sémola, dátiles rellenos de mazapán, limones confitados y lokums con azúcar glas, irresistibles. Recuerdo mi apetito de niña y durante unos segundos, estoy encantada de que exista un lugar con semejante oferta.

miércoles, 3 de julio

19h30. Definitivamente instalado, el espacio de la vuelta al cole resplandece con todas sus carteras, plumieres, cuadernos, material, todo lleno de colorido. Un universo escolar de fantasía que los niños de hace veinte años no habrían podido ni soñar. DEVOLVEDNOS VUESTRA VIEJA CARTERA Y RECIBID UN CUPÓN DE DIEZ EUROS, valedero, claro está, para la compra de una nueva. Nunca es demasiado pronto para inculcar a los individuos el valor de lo nuevo, bellísimo, como bien se sabe, en detrimento del valor de uso. Cómo resistir a esa promesa de felicidad, a enarbolar el remoto día de la vuelta al cole una cartera nueva y convertirse, en suma, en un alumno nuevo en el umbral de un nuevo curso… Pero ¿dónde van a parar todas

esas viejas carteras?

Miro los cuadernos de ejercicios. Parece que esos breviarios escolares lleven vigentes desde el curso preparatorio, o incluso desde la maternal, de puro absurdas (animales prehistóricos, monstruos, Spiderman, etc.) y sexistas que son las portadas. Un Mickey interroga severamente al propietario masculino del cuaderno «¿Has hecho los deberes?» mientras Minnie da coba descaradamente a su destinataria femenina «¡Eres la mejor!».

Al irme de la sección, me doy cuenta del extraño placer que he sentido.

La espera ante las cajas es, esta noche, interminable. Me resigno. Caigo en una especie de letargo y entonces el ruido de fondo del híper a esta hora de afluencia me hace pensar en el del mar cuando nos quedamos dormidos en la arena.

jueves, 11 de julio

Media tarde. En el nivel 2 intento soltar uno de los carritos encadenados introduciendo un euro, imposible. Me dirijo al vigilante negro que va y viene durante todo el día delante de las cajas. Desbloquea con un instrumento el carrito recalcitrante, me señala el siguiente. Cansado e impenetrable. Retorna a su vigilancia de gestos y bolsas, de los bajos de los cochecitos, con cara de despreocupación y aburrimiento.

Hay una agitación frenética en la sección de frutas y verduras. Carritos entrechocándose. Caras de determinación, brazos y manos hundidos en una montaña de albaricoques a 1 euro el kilo, palpando, desechando, llenando las bolsas, con el alocado frenesí de la recolección. La fruta está dura como una piedra.

A unos metros, en la sección instalada para el ramadán, un niño extasiado tiene en sus manos un paquete de dátiles rellenos de mazapán rosa y verde.

Indiferente a los miedos xenófobos de una parte de la sociedad, el híper se adapta a la diversidad cultural de la clientela, siguiendo escrupulosamente sus festividades. Ninguna ética, simplemente «*marketing* étnico». Sin embargo, no me imagino a los partidarios del liberalismo alabando esa real función igualitaria e integradora del Mercado.

Constato que ha aparecido una nueva forma de velo, adornado con perlas, ocultando el cabello pero dejando al descubierto cuello y nuca. Me recuerda a ciertas antiguas cofias de las provincias francesas, en las estampas que estudiábamos en clase.

Me paseo por el nivel no alimenticio, entre los bañadores y la ropa interior. Levanto la mirada al techo (por primera vez), pero ¿quién lo hace en un hipermercado? Por encima de los fluorescentes que dirigen una luz deslumbrante al universo de la mercancía, veo una especie de hueco entre unas vigas donde se enredan unos tubos y unos cables con unos objetos metálicos que no consigo identificar. Un conjunto no iluminado, helador, que contrasta con la rutilancia general del establecimiento. En ese momento se me ocurre que mi actitud puede parecer sospechosa, como si buscara localizar la ubicación de las cámaras. LE RECORDAMOS QUE ESTA SECCIÓN ESTÁ CONTROLADA POR VIDEOCÁMARA, leo al pasar por el estante de las medias y los pantis.

Los probadores de antaño, discretos y gestionados por una empleada, han desaparecido. Se han visto sustituidos por tres cubículos minúsculos, ubicados en el refuerzo de una pared, separados por una simple cortina del pasillo por donde circulan los clientes. Ya no hay vendedora. En su lugar, una advertencia: INFORMAMOS A NUESTRA AMABLE CLIENTELA QUE LOS PROBADORES ESTÁN RESERVADOS ÚNICAMENTE A LA CLIENTELA DE LA SECCIÓN TEXTIL (TRES PRENDAS MÁXIMO POR PERSONA).

Dicho de otra manera (siempre hay que traducir el lenguaje del híper), está prohibido dormir, comer, hacer el amor en los probadores. En este mismo momento, con la cortina descorrida, una adolescente cansada está sentada y habla tranquilamente con su madre de pie frente a ella.

Aquí, una tarde de otro verano, me vi aprisionada en una cola tan larga que empezaba en las estanterías de las galletas, lejos de una caja invisible. La gente no hablaba, todos miraban al frente, buscando evaluar la velocidad de la progresión. Hacía mucho calor. Se me ocurrió la misma pregunta que suelo hacerme cientos de veces, la única posible: ¿por qué no nos rebelamos? ¿Por qué no vengarse de la espera impuesta por un hipermercado, que disminuye sus costos mediante la reducción de personal, decidiendo todos juntos abrir los paquetes de galletas, las barras de chocolate, darse el placer de una degustación gratuita para matar el tiempo de

la espera a la que se nos condena, aprisionados como ratones entre metros de comida que, más dóciles que esos roedores, no nos atrevemos a consumir? ¿A cuánta gente se le ocurre la misma idea? No puedo saberlo. ¿Dar ejemplo? Nadie me habría seguido, eso es lo que cuenta la película *La gran noche*, de Benoît Delépine. Todos demasiado cansados, y además pronto estaríamos fuera, saldríamos del aprieto, olvidadizos, casi felices. Somos una comunidad de deseos, no de acción.

El sueño de mi infancia, de *niña de la guerra*, alimentada por los relatos de pillaje de 1940, era entrar libremente en las tiendas desiertas y coger todo lo que me viniera en gana, pasteles, juguetes, material escolar. Lo hagamos o no, quizá sea ese sueño el que flota vagamente en los hipermercados. Amordazado, reprimido. Considerado infantil y culpable. Ya no hay cristal para proteger las sardinas del poema de Prévert, la famosa «Grasse matinée». Ya no hace falta. Las conservas, los filetes, las galletas Saint-Michel y las fresas Tagada, todo lo que puede tocarse, pero sin llevarse nada a la boca, está mucho mejor defendido por esa libertad constantemente vigilada. Por el miedo interiorizado.

En la «salida sin compra», el vigilante con la mirada clavada en las manos, en los bolsillos. Como si salir sin mercancía fuera una anomalía sospechosa. Culpable *de facto*, por no comprar nada.

miércoles, 17 de julio

En el interior del centro, las *boutique* están cerradas. El fondo musical es más audible que en pleno día cuando queda cubierto por un zumbido. Toda la vida se ha refugiado en las inmediaciones de Alcampo. Me doy cuenta de que no lo he visto nunca cerrado, nunca he visto las persianas de seguridad bajadas tras las cajas. Nadie las ve, aparte de los guardas jurados puesto que es la primera tienda que abre y cierra en el centro. El McDonalds, el Flunch y la bolera tienen acceso desde el exterior.

Mis pasos me conducen una vez más hasta los libros. Me divierte (es una forma de hablar) ver la perennidad de un lenguaje de hace más de un siglo en los títulos de la sección «romántica»: *El matrimonio del verano, Novios por una noche, Los sueños de una*

recién casada, Una cita concertada.

Hay plétora de libros de cocina. Hojeo el de Ginette Mathiot, con en el que en otro tiempo aprendí a dar de comer a los míos algo más que espaguetis y yogures. Es una edición nueva, bastante revisada. En la portada, la foto de una joven morena, vestida con una camiseta, en su cocina. En la mano derecha tiene un batidor y en la otra el libro de Ginette Mathiot que está leyendo con la sonrisa de quien está sumido en una novela desternillante. La perennidad de la mujer entre pucheros. Me alejo, turbada. Quizá solo haya venido esta noche a Alcampo para volver a verme a mis veinticinco años.

Le digo al joven cajero negro que es de una rapidez sorprendente. Le hace gracia. No está ahí, como pensaba yo, con un contrato temporal para el verano. Exclama: «¡Llevo cuatro años trabajando en Alcampo!

—Vengo a menudo y no le he visto nunca…

—Es normal, suelo trabajar en las estanterías, desembalo, coloco los artículos.

—¿Qué prefiere, estar en la caja o en las estanterías?».

Dice que es más duro lo de las estanterías, que se acaba con dolor de espalda a fuerza de agacharse.

Se ha puesto el sol. La gente está sentada fuera en las mesas del McDonalds, frente al *parking*, ya con plazas libres, donde los coches circulan más rápido que durante el día. Paso por la rampa que comunica el *parking* subterráneo con el que está al aire libre. Con los cristales de espejo apagados, la masa compacta del centro comercial parece cubierta de mica negra.

lunes, 30 de septiembre

Ahora hay, en la entrada del nivel 1 de Alcampo, decenas de pequeños aparatos, todos idénticos, ubicados en sus respectivos compartimentos, en las hileras paralelas de un expositor. Parecen unos teléfonos grandes, o mandos a distancia. Ni lo uno ni lo otro. Son escáneres para ir registrando nosotros mismos los artículos que cogemos de los estantes. La cantidad va apareciendo sobre la marcha. Al final, se paga en una de las cajas rápidas situadas en el

nivel 2 sin tener que sacar la compra del carrito. Se llama *self-scanning*. Un cartelito blanco fija la condición de un primer uso: la posesión de una tarjeta de fidelización Alcampo. Consumidores volubles, abstenerse. A los otros les espera un discurso elogiando las facilidades y el ahorro de tiempo pero plagado de amenazas veladas. El usuario del escáner queda así advertido de que deberá mostrar su CARNET DE IDENTIDAD en el momento de pagar. Que podrá haber una RELECTURA DE SUS COMPRAS así como CONTROLES ALEATORIOS.

Inmediatamente, me he imaginado la escena. Aparecen uno o dos vigilantes. «Buenos días. ¿Podría vaciar su carrito? —¿Por qué? —Para verificar que ha pagado todo lo que lleva dentro».

Me pregunto en qué signos externos, en qué identificación de las cámaras se basará el requerimiento. Si los vaciadores de carritos operarán *in situ* delante de los demás clientes o si se nos llevarán y en tal caso adónde. Pasar por una caja va a convertirse en algo más arriesgado que cruzar una aduana.

En internet leo que el aparato que sirve para escanear se llama pistola y que los consumidores se declaran satisfechos del sistema. Del arma que elimina a las cajeras y al mismo tiempo nos deja en manos del poder discrecional del híper.

Acto político sencillo: rehusar utilizarlo.

Para evitar toda tentación (me sé la coerción insidiosa de la gran distribución y mi debilidad como consumidora), rompo mi tarjeta Alcampo.

martes, 22 de octubre

He dejado de escribir mi diario.

Como cada vez que dejo de registrar el presente, tengo la impresión de retirarme del movimiento del mundo, de renunciar a decir no solo mi época sino a verla. Porque ver para escribir, es ver de otra manera. Es distinguir objetos, individuos, mecanismos y otorgarles valor de existencia.

Al cabo de los meses, he evaluado cada vez más la fuerza del control que la gran distribución ejerce en sus espacios de forma real e imaginaria (suscitando los deseos en los momentos que ella

decide), su violencia, oculta tanto en la colorida profusión de los yogures como en las grises estanterías del Súper Discount. Su función en la *adaptación* de los individuos a la escasez de los sueldos, en el mantenimiento de la resignación social. Ya estén dispuestos en pequeños montoncitos o en montañas de frágil equilibrio en la cinta de la caja, los productos comprados son casi siempre los más baratos. A menudo, me he sentido invadida por un sentimiento de impotencia e injusticia a la salida del hipermercado. No por ello he dejado de sentir la atracción que despierta el lugar, la vida colectiva, sutil, específica, que se desarrolla allí. Puede que esta vida desaparezca pronto con la proliferación de los sistemas comerciales individualistas, como la compra por internet y el «drive» que, según parece, gana terreno día a día entre las clases medias y superiores. Entonces los niños de hoy, convertidos en adultos, recordarán quizá con añoranza las compras del sábado en el Mercadona, como los que ya han cumplido los cincuenta se acuerdan perfectamente del olor de las tiendas de ultramarinos o de las lecherías, adonde se iba «por leche» fresca con una lechera de aluminio.

TRES AÑOS DESPUÉS

Desde que puse un punto final a este diario en otoño de 2013, han cerrado algunas tiendas del centro comercial, sustituidas por otras, de ropa joven y gafas en su mayoría. El hipermercado Alcampo cierra a las 21h30 en lugar de a las 22h, y ha renovado por completo el concepto del carrito. El último modelo, del mismo rojo vivo que el logotipo de la empresa, más largo, más estrecho, casi elegante, de manipulación fácil y silenciosa, ha relegado a la memoria recóndita el de antes, metálico, pesado y con ruedas más o menos divergentes. Repertoriar los cambios sobrevenidos en tres años supone validar una evolución cuyos signos son perceptibles en este diario, sin que yo haya sido consciente. En efecto, una reorganización parcial en el nivel de alimentación ha suprimido la sección, siempre desierta, de los productos de ultramarinos de lujo, ocupada ahora por los productos «bio» en continua expansión (con excepción del «bio fresco», limitado a los yogures y casi invisible dentro del pasillo al que se ha desplazado). La desaparición de esa larga sección refrigerada, demasiado cara, ha liberado un espacio consagrado a las promociones temáticas, Sabores de Asia, etc., o simplemente a las ofertas. En el fondo, el híper sigue jugando el papel reaccionario de planificador de los efectos del paro y los bajos salarios. De adaptador al entorno social: una nueva sección fría, acristalada, sobria, negra, titulada *Snacking*, propone productos para consumir a mediodía a una población de estudiantes y empleados numerosa en ese barrio.

El Súper Discount con sus advertencias amenazantes funciona bien, inmutable, al fondo de la tienda, junto a la comida para pájaros, gatos y perros. Pero, enfrente, el autoservicio de chucherías ya no existe, sustituido por sopas y platos preparados. Quizá, a fin de cuentas, las prohibiciones que lo cubrían fueran inoperantes. En consonancia con la creciente aspiración a un cuerpo ideal y de alto rendimiento, los productos antaño denominados de «régimen» (hoy palabra desterrada, reemplazada por «dietética» y sus adláteres, sin

azúcar, sin gluten, para guardar la línea, para mantenerse en forma, etc.) se han mudado y ahora ocupan tres pasillos, situados entre la pasta y el café, como si se hubieran vuelto comestibles corrientes, véase indispensables.

En el nivel inferior de la tienda, la sección de pequeño electrodoméstico culinario alinea una cantidad asombrosa de aparatos para cortar, exprimir, tostar, licuar y demás «multifunciones» (señal de un entusiasmo reciente y televisivo por la cocina) sin contar las enormes cafeteras. Se necesitaría una cocina de las de antes, de al menos
25 m
2, para colocar un ejemplar de cada tipo de aparato.

Los cubículos que servían de probadores han sido tapiados, borrados.

En la esquina de la librería, el banquito donde la gente podía sentarse discretamente a leer, ha sido suprimido.

La eliminación del punto de venta de prensa (de cuyos pródromos tendría que haberme dado cuenta) es un hecho consumado. Donde se hallaba el lugar de las revistas, hay, en un lado, una colección de camisetas con la inscripción «Paris Saint-Germain», y en el otro, cachivaches de Star Wars y otros objetos derivados. Ya no se encuentra ni un solo periódico en todo el centro comercial, porque la tienda de tabaco y prensa acabó a la vez con la venta de diarios para dedicarse exclusivamente a los fumadores, más rentables. Y al fondo del hipermercado, ahí donde la gente se paraba antes a leer semanarios y revistas, hay un depósito de paquetes colocados en compartimentos marcados por orden alfabético, que entrega un empleado detrás de un mostrador. Se trata de un Mondial Relay, servicio privado de mensajería que sustituye a Correos. La privatización de servicios en otro tiempo prestados por el sector público se acomete alegremente.

Si el sistema de escanear uno mismo el producto que se echa en la cesta no parece convencer a la mayoría de los compradores, las cajas automáticas funcionan a pleno rendimiento bajo la vigilancia

de una «azafata» siempre de pie, llamada constantemente por clientes en dificultades ante los caprichos de la máquina. Las filas son aún más largas en las cajas tradicionales, abiertas en número reducido (la eliminación progresiva de las cajeras ha empezado ya, sin duda). Entre ellas, ellos (hay uno o dos hombres), renovados constantemente, encontrar una cara familiar (como esa, serena, orgullosa, de la mujer quizá de origen hindú, de unos cincuenta años), poder inscribirla en una temporalidad, incluso de forma vaga, «llevo viéndola ya una temporada», aporta una especie de sorpresa y de placer.

Paradójicamente, en este lugar donde parece que el tiempo humano no existe, suplantado por el de las cosas, absorbido por la presencia inerte de las cosas, cuyo cíclico retorno según las fiestas y las estaciones es la única temporalidad sensible, todo cambia, en realidad, constantemente. Aunque la inmersión en las luces y la profusión de un hipermercado produzca la impresión de que, aquí, no hay Historia, tal como apunté en su día, es justamente una ilusión, un efecto de ese universo regido por la repetición.

El hipermercado sí está inmerso en la Historia, presenta el gráfico de su evolución. Económica, por supuesto. Camisetas a 10 euros fabricadas por las obreras de Asia por unos céntimos, carne de cerdo pagada a un precio ínfimo a ganaderos incentivados para que produzcan de manera intensiva, reducción de un personal a menudo contratado a tiempo parcial, todo revela el aumento del dominio del capitalismo neoliberal, cuya fascinante forma es el híper. Lo cual hace absurda la cuestión (pero ¿hasta cuándo?) que me planteaba yo una tarde de verano, prisionera en una fila, acerca de la revuelta colectiva. Historia sociocultural de los gustos y las modas, de la tecnología. Historia geopolítica de las migraciones. He llegado a pensar que un cineasta, inspirándose en *El baile* de Ettore Scola, donde desfilan los años de 1930 a 1980 por una pista de baile, podría contar los años de 1960 hasta nuestros días a través de la evolución de una gran superficie.

Anotar mis desplazamientos al híper Alcampo durante varios meses entre 2012 y 2013 supuso una manera de fijar momentos de esa historia colectiva, continua e insensible. También de captar en

mí pensamientos, sensaciones y emociones que solo pueden surgir ahí, en ese espacio donde está reunida la mayoría de mis «semejantes diferentes», donde el «vivir juntos», esa fórmula vacua, posee una realidad corporal, visible. Porque el híper sigue siendo (hasta un temible nuevo orden cuya aparición se perfila en la inquietante deriva de la sociedad francesa) un espacio de libertad y de igualdad de acceso, abierto a todos y todas si distinción de ingresos, vestimenta o identidad.

Según las últimas noticias, dentro de año y medio el centro comercial de Les Trois-Fontaines va a ampliarse 15 000 m^2 más, y a transformarse de arriba abajo[2]. El hipermercado Alcampo ocupará entonces un solo nivel, en la planta baja. Ese en el que pasé regularmente dos horas por semana durante veinticinco años, irá a reunirse, en mi memoria, con el Leclerc de los años 1980 en Osny, donde compré la última tableta de chocolate para mi madre, hospitalizada, con el pequeño Carrefour de la Avenue du Parmelan en Nancy que tenía, en la entrada, una barrica de vino de la que se servían los clientes, todos esos lugares recorridos junto con otros contemporáneos, en otras épocas, ya pasadas. Quizá exista una melancolía especial de los hipermercados.

enero 2016

Annie Ernaux nació en Lillebonne, el 1 de septiembre de 1940, Francia. Escritora, catedrática, estudió literatura en la Universidad de Ruán, y profesora de letras modernas, pasó su infancia y su juventud en Yvetot, Normandía. Tempranamente, abandonó la ficción por lo autobiográfico, narrando historias de su infancia en la cafetería-tienda de ultramarinos de sus padres en Yvetot.

Sin florituras, cuenta el ascenso social de sus padres (*La place, La honte*), su adolescencia (*disent ou rien*
Ce qu'ils
), su matrimonio (*La mujer helada*), su aborto (*El acontecimiento*), la enfermedad de Alzheimer (*Je ne suis pas sortie de ma nuit*) y después la muerte (*Una mujer*) de su madre por cáncer, en el lenguaje normando y campechano de su vida hasta los 18 años.

Desde mediados de los 70 vive en la nueva ciudad Cergy-Pontoise —desde 2012 integrada en la Mancomunidad del mismo nombre—. Sobre sus razones para elegir este lugar explica: «Sé que parece una contradicción, pero esta urbe sin pasado era el único lugar donde me sentía bien. Las ciudades históricas me recuerdan a una larga tradición de exclusión social. Aquí podía vivir sin sentirme sometida a ese determinismo». Su obra Diario del afuera es un retrato de la ciudad compuesto por escenas cotidianas de las que es testigo

cuando camina por sus calles. Ha sido admirada como narradora en la primera persona y por sus reflexiones autobiográficas por autores como Emmanuel Carrère, Virginie Despentes, Édouard Louis o Didier Eribon. Annie Ernaux reivindica la dimensión política de la intimidad. Ernaux recibió el Premio Nobel de Literatura 2022 «por el coraje y la agudeza clínica con la que descubre las raíces, los extrañamientos y las restricciones colectivas de la memoria personal». Ernaux se convierte en la primera mujer francesa laureada con un premio Nobel de Literatura. Este premio viene a recompensar el conjunto de su obra, que es mayormente autobiográfica, que además ha convertido a Annie Ernaux en una figura feminista francesa.

Notas

[1] *Journal du dehors* (*Diario del afuera*), París, Gallimard, 1993, y *La Vie extérieure* (*La vida exterior*), París, Gallimard, 2000. <<

[2] Hoy, en 2021, siguen las obras de remodelación. < <